



平成4年度デザイン創造支援拠点研究会報告書

平成5年3月

デザイン創造支援拠点研究会
財団法人 日本産業デザイン振興会

はじめに

デザイン創造支援拠点研究会は、「デザイン」を通じてゆとりと豊かさのある生活を実現するための活動を支える「デザイン拠点」のあり方を検討すべく、平成3年度より開催されています。

平成4年度の研究会では、すでに拠点活動を展開しているデザインセンターや、具体的に拠点構築の検討を進めている地域の現状報告を中心に、デザイン拠点の効果・役割や運用上の問題点などが活発に討議されました。本報告書はその検討要旨をまとめたものとなっております。

本報告書がデザイン拠点の計画を考えている地域、自治体にとって少しでも役立つものとなれば幸いです。

最後になりましたが、本研究会の討論の中でさまざまな視点から、デザイン拠点（活動）の方向性や可能性を示唆くださった研究委員の方々全員に感謝申し上げます。

も く じ

はじめに

平成4年度デザイン創造支援拠点研究会 概要	1
研究会の目的／研究の背景／デザイン創造支援拠点の概念／	
研究の方法／平成4年度デザイン創造支援拠点研究会 研究員一覧	
第1回デザイン創造支援拠点研究会 検討要旨	5
第2回デザイン創造支援拠点研究会 検討要旨	15
第3回デザイン創造支援拠点研究会 検討要旨	34
第4回デザイン創造支援拠点研究会 検討要旨	47

平成4年度 デザイン創造支援拠点研究会 概要

■研究会の目的

デザイン創造支援拠点研究会は、ゆとりと豊かさのある地域づくりを推進するためには「デザイン」が不可欠であるとの視点に立ち、通商産業省の提唱する「デザイン創造支援拠点」構想を受け、その構想を地域デザイン行政の視点から再構築し、各地域の特性を活かした「個性ある拠点」のあり方を具体的に検討することを目的とします。

本研究会は平成3年度に発足した「デザイン創造支援拠点研究会」における研究を継続するもので、特に具体的な事例を研究対象とすることで、デザイン行政のあり方、拠点のあり方等を総合的に研究します。

■研究の背景

- ・'89年、通商産業省の提唱により展開された「デザインイヤー」は、「デザイン」に対する国民各分野の認識を新たにする運動として成果をあげました。

特に、各自治体では「デザイン」を通じ産業、都市、あるいは地域全体を再構築しようとする動向も生まれ、そのための活動を支える「デザイン拠点」が必要であるとの考え方が導かれるに至りました。

- ・通商産業省では、各地域で進められている「デザイン拠点」づくりを推進、支援すべく、昨年度に「民活法」の改定（同法に定める特定施設に「デザイン拠点」を加える）を行うと共に、平成2年度に拠点実現へ向けてのガイドラインを作成すべく、「基本計画検討会」（座長清成忠男法政大学教授）を組織。同研究会は報告書「個性ある“デザイン創造支援拠点”の実現へ向けて」をまとめています。

- ・日本産業デザイン振興会では、平成3年度に8県、市の参加を得て、「デザイン創造支援拠点研究会」を発足させ、デザイン拠点の具体的なあり方についての研究に着手。その総論編ともいべき報告書「地域デザイン行政とデザイン創造支援拠点の可能性」をまとめました。

■デザイン創造支援拠点の概念

- ・「デザイン創造支援拠点」は、デザインを通じて人々の創造性を誘発し、支援する拠点、即ち、ゆとりと豊かさのある社会実現へ向けて「デザイン」を多角的に活用する「場」として提案された新しい拠点概念です。デザインの側から言えば、デザインの果たす役割、機能（例えば、新しい価値を発見する機能、その価値を視覚的な提案へとまとめる機能など）を社会的に引き出そうとする装置概念です。
- ・拠点の基本構造は、産業（企業）、市民（行政）、学術研究機関等によって構成される「実験空間」を核とします。この「実験空間」においてデザインの思想と手法をもって「実験的デザインプロジェクト」を実施することにより、新たなビジネスチャンスを生み出すとともに、参加する産業、市民等のマインド（創造性）を自発的に向上させ、新しい次元（例えば製造業から生活産業への転換、さらには文化的機関としても機能しうる企業へなど）へと到達させることを目標としています。
- ・デザイン創造支援拠点は具体的な方法論を開発し、人材を鍛え上げる拠点です。一面では産業の活性化、再生化拠点、新しいビジネスインキュベーションであり、また他方では、都市や地域のアイデンティティづくりを担う拠点ともなります。同時にデザインそれ自体の高度化装置であり、研究センター、社会教育センターとしての役割をも果たします。
- ・このようにデザイン創造支援拠点は、多面的な様相を持ちつつ、そうした様々な様相をデザインを通じてさらに統合化し、21世紀の社会目標を提示しようとする拠点です。即ち、ゆとりと豊かさのある社会実現へ向けて、様々な創造性をコーディネートし、プロデュースする拠点です。

■研究の方法

昨年度の研究会では、デザイン創造支援拠点の概念について地域デザイン行政の視点から整理、検討しました。

本年度の研究会はこれを継承しつつ、具体的な事例研究を通じて各地域の特性を踏まえた「個性ある拠点」のあり方（コンセプト・モデル）を検討しました。

[研究組織]

通商産業省（検査デザイン行政室）および本研究会に参加いただいた自治体の職員、有識者、デザイン関係者等により研究会を構成します。研究は集中討議方式で進めました。

[研究経緯]

第1回デザイン創造支援拠点研究会

平成4年10月8日（木）14：00～17：00

於：（財）日本産業デザイン振興会

「デザイン創造支援拠点」の概念について、昨年度の研究成果を（財）日本産業デザイン振興会から報告し、各メンバーからデザイン行政の現況について報告。

第2回デザイン創造支援拠点研究会

平成4年11月30日（木）15：00～

12月 1日（金） 9：30～

於：北海道旭川市 ニュー北海ホテル

旭川市が進めているデザイン振興計画に基づく拠点構想を事例とし、広域経済圏レベルとデザイン拠点のあり方を具体的に検討。

第3回デザイン創造支援拠点研究会

平成4年12月22日（火）14：30～

於：富山インダストリアル・デザインセンター

デザイン拠点の事例として、富山県のIDCを中心とする活動を取り上げ、その活動の軌跡と将来展望を把握することで、県レベルのデザイン拠点のあり方を具体的に検討します。

第4回デザイン創造支援拠点研究会

平成4年3月17日（水）14：00～17：00

於：（財）日本産業デザイン振興会

2つの事例を踏まえ、総合政策としてのデザインの可能性について、拠点目標の設定、人材の育成、行政課題等を討議。

[自治体研究委員]

旭川市経済局商工部工業課産業デザイン係	大西忠行
山形県商工労働開発部商工政策課産業育成係長	渥美憲男
同 主事	青木啓子
仙台市経済局商工部商工振興課主幹	佐藤信夫
同 主査	岩澤克輔
山梨県商工労働部商業振興課	仲田道弘
山梨県デザインセンター	浅川光臣
横浜市経済局産業振興課生活文化産業担当課長	片岡良二
同 商業振興係長	鈴木基久
静岡県中小企業総合指導センター主幹	川合和彦
富山インダストリアル・デザインセンター事務局長	山下澄男
愛知県商工部商業貿易課課長補佐(デザイン)	山本敏子
名古屋市経済局観光貿易課(産業デザイン振興)主幹	斎藤圭三
京都府商工部染織工芸課長	辻本泰弘
大阪府商工部ソフト産業振興課デザイン振興班班長	草薙勝之
北九州市経済局産業振興部工業課長	野崎謙二

[通商産業省]

検査デザイン行政室長	宮崎修二
検査デザイン行政室 デザイン奨励班長	川崎芳孝

[(財)日本産業デザイン振興会]

専務理事	高薮 昭
プロジェクト推進部長	青木史郎

第1回「デザイン創造支援拠点研究会」検討要旨

日 時： 平成4年10月8日（木）14：00～17：00

場 所： [財] 日本産業デザイン振興会 会議室

検討内容等： 1. 挨拶 日本産業デザイン振興会理事長 村野啓一郎
2. 本研究会の進め方について
3. 昨年度研究会報告
4. 討議・検討

出席者：

[自治体研究委員]

旭川市経済局商工部工業課産業デザイン係

大西忠行

山形県商工労働開発部商工政策課主事

青木啓子

仙台市経済局商工部商工振興課主幹

佐藤信夫

同 主査

岩澤克輔

山梨県商工労働部商業振興課

仲田道弘

山梨県デザインセンター

浅川光臣

横浜市経済局産業振興課商業振興係長

鈴木基久

静岡県中小企業総合指導センター主幹

川合和彦

富山インダストリアル・デザインセンター事務局長

山下澄男

名古屋市経済局観光貿易課（産業デザイン振興）主幹

斎藤圭三

京都府商工部商工振興課主任

泉谷和枝

大阪府商工部ソフト産業振興課

高見 到

(財)日本産業デザイン振興会 理事長

村野啓一郎

専務理事

高 薮 昭

プロジェクト推進部長

青木史郎

次第にそって当会理事長の挨拶、本研究会の進め方、昨年度研究会報告等の後、各自治体委員の報告、討議となる。以下。

大西

- 旭川市では、昨年、頭脳立地の指定を受け、第三セクターによる高度化センターのハードを考え、ワークショップを通じて、旭川地域でデザイン振興を進めていくうえで拠点のソフトの部分を考えている。
- 振興システムを進めていく中で、企業サイドのニーズを汲み上げた人材育成、あるいは個々の企業の状況に合わせて、デザイナーに対するコーディネーション的な事業を行っていくことが必要であろう。
- 振興システムを考える際に、地域産業、地域づくり、生活の三つに大きく分けて考え、地域産業の高度化のなかでは、食品加工、そして集積の強い家具、北の住宅という方面での商品づくりに役立てたいと考えている。
- 地域産業の高度化を考えるにあたり、シミュレーションではあるが、地域の食品加工へのデザイン導入を図る方法を具体的に検討して、地域のデザイン関係の方々に集まってもらい、知恵を出し合っていきたいと考える。そのなかで吸い上げたものを、一定の機能という形でまとめ上げていければと思う。
- 住みよい地域づくりでは、具体的な交通やサイン計画を考えている。事業という場面では、地域の計画策定について行政からの受託を行っていくような機能が必要である。また、地域につくられた公共物の景観などが、本当にその地域にマッチしているかどうかのチェック機能を持っていかなければいけないだろう。
- 生活デザインではきわめて重要ではあるが、抽象的で難しい面がある。そこで、デザインセンターとして地域に住む市民への教育・啓蒙、情報の提供、デザインの可能性等を提供し、地域の住民から出てくる意見や提案を吸い上げていく仕組みが重要ではないかということで、実際に具体的なものを考えていきたい。いい地域づくりやいいものをいくつつくっても、それを受ける受け手のレベルが問題ということから、デザイン教育について考えている。大きくはできないが、小学生向けぐらいの副教材、絵本的なものを通し、デザインに対する一定の認識を与えることをしたい。その中で、生活デザインに対する機能を抽出できればと考える。
- このように三分割しているが、この三つはすべて生活者のレベルで常に関連し合う。三つをまとめて考えていくうえでのキーワードとしては、環境、エコロジー、教育、福祉などが挙げられる。それらのキーワードを使ってこの三つのイメージをまとめ上げ、デザイン振興の方法について一定の考え方を示したいので、ワークショップを進めている。

泉谷

- 京都府ではこれまで産業デザイン振興拠点構想をつくってきた。昨年、これまで予備調査等をしてきたものを踏まえて、京都の産業デザイン振興拠点の基本理念を確立することになり、産業デザインを考える京都部会をつくった。

その中で第4次京都府総合開発計画をつくり、京都を国際的なデザイン創造拠点として形成していこうと提言し、そのための具体的な方法を検討してきた。

- いま「生活文化」とよく言われるが、これから21世紀を目指して新たな産業創造をしていくためには、生活に密着した文化提案型でなければならない、あるいは創造型にしていく必要があると言われる。その中で、デザインが占める割合は非常に重要なので、京都の特徴を活かし、全国的あるいは国際的なものになるような拠点づくりを進めたい。
 - 3年度の調査では、これから整備していく産業デザイン振興拠点の機能や施設について具体的にどのようなものがあるのか、また、それを進めていく実現化のための方策をポイントに行った。調査結果からこれから求めていく役割としては「研究機能」、「教育機能」、「実践機能」が挙げられた。また、その実践機能が産業界とどのように結び付いていくか。そこから、生活をしている人々と一体にならなければいけないのという結論が出た。
 - 具体的な機能と施設イメージでは、研究・教育機能の充実を目標としている。まず、日本的デザイン構築のための人材づくりだが、そのための機能として何が必要かということで六つほど挙げている。
 - 主要施設のイメージとしては、拠点構想をさらに充実していくために、産業デザインの振興拠点をつくり、それを中心に主な役割・機能を持った施設等をつくっていく。あるいは既存のものを活用して、デザインの創造推進機構を進めていく。
 - 海外の教育機関との提携も考えている。
 - こうしたことを踏まえ、デザイン創造推進機構を中核とし、目指しているデザイン振興拠点のための拠点形成を、整備も含めて行っていきたい。現在、推進機構としては産官学が一体となった第三セクター方式を考えている。これを、行政サイドだけではなく府内外の産業界等にもアピールし、その協力を得ながら一体となって進めていきたい。
- 青木
- 山形の拠点構想は部内検討レベル、係検討レベルぐらいのところ、センターやソフトについてもこれからすべてが始まる場所。
 - デザイン行政として実際にいままでやってきたのは、特定の業種を選んで、そこにデザインを導入していく事業。また、コンクリート製品とか鋳物製品の業界の方々とワークショップ事業を継続している。
 - 昨年度からグリーンデザイン・コンペをやっている。産業界のレベルアップと生活者のデザインに対する意識の向上を図る事業をいろいろ展開している。
 - 商工労働開発部という立場では、環境に優しいデザインを国内で募集して展示しても、地元の産業界にどれだけの効果があるのかという議論に戻ってしまう。商工労働部の中で議論していくときは、地元の産業界に対するヒントが与えられるかどうかが見えてこなければ評価されにくい。

佐藤

- 仙台市デザイン産業振興計画を策定中。まず、デザイン業の概念を固めるとか、デザイン業の役割について十分に議論するとか、デザイン業が置かれている課題を十分に把握するという基本的な問題点の整理をしてきた。手法としては、仙台市内のデザイン関係の業者約 300 に対して実態調査を行い、デザイナーや有識者を入れた研究会を継続し、ここで議論しているような原理論的な問題点の整理をしている。
- このデザイン業の概念を固める作業と、仙台市内におけるデザイン業の課題の整理については、市内のデザイン業の方々と一緒に考えていく必要があり、具体的には全員参加方式の公聴会、委員会というかたちで 5 月に実施している。そこでは実態調査の結果を報告するとともに、研究会で議論してきた新しいデザイン業の概念について、全員参加方式で確認している。デザイン振興策の基本的な骨格の検討を全員参加方式で行っていききたい。
- 拠点の問題は、産業会館構想を並行して進めている。これは数年前からある産業支援施設をつくる構想で、基本としては産業の高度化を目指し、人材や情報などソフトの力を地元の産業界がつけることを支援する。いわばマーケティング支援機能が中心になるが、ほとんどが広義のデザインセンターになりそうな点が問題だと感じる。
- デザイン振興計画ではなく、デザイン産業振興計画という言い方をしていることが特徴。デザイン業について昨年来いろいろ議論されているように、コーディネーター機能を持った産業支援的な産業ということで、都市の中の戦略的な産業としてしっかり位置づけていく、また、デザイン振興の担い手はやはりデザイン業だということを明確にしたいということがある。

青木

- われわれがプロモーションをする場合、マインドアップを主体とするのか、それとも具体的な業を育てるのか、常に二者択一を迫られることが多かった。デザイン業のマインドアップというか、パイが膨らめばデザイン業も儲かるであろうという視点でやってきたような気がするが、特にデザイナーの方々、デザイン業の方々に対する支援策をほとんど持っていなかった。実は、これが一種の空洞化現象を起こしているという感じも若干する。新しい業としての概念をわれわれとしてもつかんでいかなければならない。また、デザイナーの社会的な責任、資格制度の問題も含めたかたちで、業としての定義をしていかなければならない段階にきている。

仲田

- ワークショップは今年も続けている。昨年までは三つのグループに分かれ、山梨のグランドデザインを考えるもの、教育等を含めた拠点を考えるもの、そしてもう一つは具体的なプロジェクトとして、クラフトとインダストリーのあいだのデザインの役割をメインテーマにし、ワインをベースに和紙産業やガラス工芸などの中でデザインの役割を考えていこうとした。
- グランドデザインと拠点という中から、デザインセンターの役割も少しは出

てきたが、基本的な考え方として最終的にまとまったときは、それがつながらないということでメンバーも非常にがっかりして、そのグループは昨年解散してしまった。

行政レベルでいろいろなことを考えていくと、センターの役割もおのずと限定されてくる。施設は非常に立派なものができたが、これから充実させていくことが大変だ。

- ワークショップ等で、デザイナーの資質の向上と経営者のデザインに対する認識のマインドアップ、そして消費者のデザインに対する認識などいろいろな取り組みをしてきた。今年には山梨学院大学とタイアップした一般向けのデザイン公開講座を、「21世紀の私たちをかたちづくるために」というテーマで開催している。これからの人間のあり方や、子育てやしつけについてのデザイン、あるいは人間の体のデザイン、つまり、健康についての講義を行っている。

その中で、デザインが地域の生活・文化を提案することは非常にあるが、それを利用する生活者のほうが、果たしてそのような意識で選んでいるのかどうか、いま非常に疑問を感じた。今回の講座のなかでも、価値観の多様化と言われているのは基本的価値観の喪失ではないのかと思えることがあった。

- もう一つ重要なことはデザイン・マネジメントの仕方をもう一度、基本的に問い直す必要があるのではないかということ。これは5年間いろいろ活動してきたなかでの考えだが、企業の規模が小さくなればなるほど、経営者の心一つで企業が変わるため、その辺の取り組みもやっていきたい。

- 山梨の産業はファッション、ジュエリー、織物などが中心で、他はブドウ、ワインなど農業関係のため、工業デザインの要素をグラフィック部門やファッション部門に入れていきたい。

浅川

- 山梨県デザインセンターは工業技術センターの部内組織としての、デザイン開発部が正式な名称ではある。当初は、工業技術センターをハード部門という見方をしていたが、ソフト部門を強化したいということから、その中心になるものがデザインだという考え方で、行政サイドの部門と工業技術センターの中にあつたデザイン部門を統合し、デザインセンターとして発足することを目標にしてやってきた。

5年ほど前から基本理念の構築その他をやってきたが、一つの反省点として、その時点での考え方の集約が足りなかったということがある。

- いまの業務の状況は、企画情報課及び研究開発課の二つ。他に、イベント等のプロデュースや住民のデザイン・マインド高揚に関わるような企画関連の機能を持たなければいけない。情報関連機能とし、産業界が必要とする情報を集め、役に立つようなかたちで提供していく。研究開発については従来型の機能である。

- 現在では、この三つの機能に従い、七つか八つの事業を組み立てて実行して

いる。デザインの新しい開発手法の道具として、CG機器類をセンターの特徴として出したいので、かなり充実したものを導入している。CG機器類が入ったことが知られるにつれ、この利用者や、これによるデザイン依頼が非常に増加した。

○本来、目標としているデザイン支援拠点、あるいは産業支援拠点のはっきりした方向性として、特に山梨の地としてどのような拠点がいいのかという検討段階において再三意見を述べてきたし、情報の手伝いをしてきた部分もあるが、それでも、その辺が不鮮明だ。

川合

○静岡の場合は中小企業総合指導センターのデザインセンターということで、センター内センターの組織で発足して3年目に入った。完全週休2日制だが展示コーナーがあるため、土日は完全に閉まってしまい、一般に対する展示というよりも、企業やデザイナーに対する資料の展示という性格になっている。半分はデザイン工房というかたちで、コンピュータを中心としたデザインワークができるスペースにしたい。

○拠点があると長期間じっくりやる仕事はできるが、どうしても地味になりがちで、外から見て何をやっているのかよくわからないという評価を受ける。かといって、たとえば500万円を1日で使ってしまうようなイベントを組むとすれば、あとの百いく日はどうするのかということになってしまう。いろいろな展示にしても動員数を考えると、どうしてもデパート祭事にはかなわない。来年はもう一回、百貨店でやって、外でデザインセンターをPRしようということでは検討中。

○そうすると、振興の拠点は要らないということにもなり兼ねないが、拠点施設はやはり一つのシンボルだと思う。デザインセンターなるものがいちおう形だけでもできれば、何かやっているという程度のものであれば、県でデザイン振興を推進しているという概念が広がってくるように思う。拠点施設があることによって、それが効果的に広がっていくのではないかと。

○今後の方向性については、静岡の場合は地場産業のデザイン高度化ということで発足している。しかし、地場産業の方向だけに向けてデザイン振興をうたっていても、なかなか解決が困難な時代なので、デザイン・マインドの向上を図るために、とりあえず地場産業から少し離れてみる必要があるのではないかと考える。デザイン以前のマインドの問題から考え直そうということではやっている。

青木

○拠点ができればじっくりした仕事はできるが地味だということは、ついて回る。内の論理、外の論理をどうかみ合わせていくかということが、拠点を運営していく時は必ず求められる。静岡県の場合は県のサービス機関的なかたちで位置づけられていて、県施設であることに絡んだ難しいポイントもある。

○デザインについての考え方は、21世紀の横浜経済を担う新たな成長産業であるということから、新産業構造ビジョンを4年ぐらい前からつくっている。そのとき五つの成長産業を挙げた。生活文化産業、先端技術産業、コンベンション関連産業、情報サービス産業、複合物流産業の五つであり、成長産業分野として力を入れていく予定。

また、新産業構造ビジョンをつくと同時にデザイン○ビジョンを策定し、それに基づいて現在、デザイン関係では十いくつかの施策を多方面にわたってやっている。

○デザイン創造支援拠点としては現在、三つのプロジェクトが同時並行的に進行中。行政、第三セクター、民間で行っているプロジェクトだが、まず行政で行っているプロジェクトとしては、横浜市の南部にハイテクセンターを建築中。市の土地に新借地方式で民間が建物を建て、その中に入るかたちになる。その中に横浜市の中小企業指導センターの技術部門、テクニカルセンターが入ることになっているが、民間床、行政床、財団床の三つのうちの行政床に指導センターの一部が入る。地域レベルを活動領域とするが、そこにデザイン産業の支援機能を持っていく。

○二つ目のプロジェクトは第三セクターで方式で考えている新産業文化センター構想。横浜駅と関内のあいだにあるMM21地区に、新産業構造ビジョンとして建物を建てていく。利用形態としては、ソフト・インフラとしてリソースセンター、あるいはミュージアム、ライブラリー、ホール、カレッジ等の集積を考えている。いま、基本的なところを詰めている状況。

○三つ目のプロジェクトとしては、横浜駅のすぐ前のポートサイド地区の開発。25ヘクタールある街そのものをデザイン創造空間にしていくということで、アート・アンド・デザインの街を基本テーマとして取り組み中。横浜の多様な要素を包含するまちづくりだが、街を構成する住宅、商業、業務に加えてギャラリーやホール、アトリエつき住宅をつくって、クリエイターが集まるオフィス空間のための建物が一部できている。これは完全に民間がビルを建て、民間が運営している。しかし、インフラ部分について行政がどの程度の関与をしていくかということでは現在、検討中。

横浜市としては、デザイナーを集めることは行政の役目であろうということで、企業の誘致と、デザイナーに横浜に住んでもらうことについてのインセンティブは、行政の施策とて考える。たとえば立地促進助成とか立地促進融資など、制度として整えつつある。

○富山デザインセンターは、ネットワークで構成されている、いわばハードのないデザインセンターといえる。活動としてはナイトフォーラムを開催しており、12月に第50回のそれがある。富山は文部省のリカレント教育で、CGに関する関心が高く、それに対する人材開発も進められている。

- 行政としては現在、デザインについて二つの柱で取り組んでいる。一つは歴史の古いアーバン・デザインであり、もう一つはデザインイヤー以後の産業振興におけるデザイン。
- 名古屋市がデザインに取り組むきっかけは、世界的な産業技術の中核圏域であるという位置づけを四全総で得たが、それだけでは、これからのまちづくりや都市の進む方向としては物足りないという面があったことによる。そのため、ソフト的な付加価値の高いものをつくらなければいけないが、その一つがデザインであり、もう一つはハイテクに代表される先端技術であろう。この二つによって、付加価値の高いものを進めていきたい。
- 現在、名古屋市のデザイン振興としては、デザインイヤーのデザイン会議、デザイン博覧会以後、世界デザイン会議が終わる10月18日を中心とする1週間を、名古屋デザイン・ウィークとして、今年はロンドンのデザインミュージアム、バルセロナのデザインセンター、デンマークのデザインセンター、台湾のデザインセンターのトップを招いて、21世紀におけるデザインセンターの役割について議論していただく予定。テーマは「デザインセンター・ルネッサンス」。
今年のテーマである“RE”、これはリサイクルとカリストラなど環境保護に通じる言葉の頭文字で、「“RE”のデザイン」というテーマでフォーラムを開き、議論を進める。
- デザイン名古屋事業を3年前にスタートしたときは、企業とデザイナーの交流の場という位置づけがあった。しかし、市民の方にも数多く参加して欲しいということから、イベント風のものもつけ加えていかなければいけない。そうしたことが、経済局でのデザイン施策ではないかと考える。市の経済局でやっている産業振興におけるデザイン行政のターゲットは、すべて国際デザインセンターに最終的に集結していくことになっている。
- デザイン会議やデザイン博覧会をやったときに、名古屋を中心とした14の県内のデザイン団体が協議会をつくった。ID、グラフィックなどのデザイン団体が一つの協議会をつくっているのので、事業はそこと一緒になって進んでいる。会員は1万名だと言われている。また、デザイン会議やデザイン博覧会に関わった職員が、全職員3万人のうちの8割、2万4000人ほどいること。これが一つの財産になっている。この8割の職員と一緒に仕事をしてきた外部の方々とのネットワークも財産になっている。
- デザインセンターについては、今年の4月1日に民法で第三セクターとして県、市、民間というかたちで会社をつくったが、この事業の大きな柱としては、一つはデザインに関する研究開発であり、二つ目はデザインに関する人材養成。3番目に優れたデザインのコレクションを展示するミュージアム、4番目はデザインに関する国際的な情報提供ネットワーク事業、5番目に企業をインキュベートする企業育成事業の五つの柱を考えている。
- 来年度一つにはデザインガイドをつくってみたいと考える。これもデザイン

センター事業をにらんだ作業だが、小学生の視点でもわかるようなデザインガイドを考えている。2年ぐらいかけてつくってみたいと考えている。

- 市民意識の向上の面ではうまい手立てがなかなかないが、そうした素人的な事業をやりながら、できるだけデザインの裾野を広げていきたい。

青木

- イベントをすることによって人のインフラができていくことが、一つの大きな財産になっていくという指摘は、デザインセンターをつくっていくうえで避けては通れないポイントと考える。

高見

- 大阪の難波地区を国際空港の開港をにらんで再開発しようという話があった。その辺りは民間が土地を持っているので、容積率を2倍に引き上げるなど、都市計画面でいろいろな優遇措置をする代わりに、そのうちの5000平米を集客力のある施設として、大阪府に無償で提供してもらうことになった。検討の結果、大阪府では美術館のようなものを一つも持っておらず、変わった切り口として、現代芸術に特化したものを作ろうということになった。それが現代芸術文化センターである。
 - 現代芸術文化センターには四つの柱がある。1) 現代芸術部門。いまだ価値の定まっていない1950年代以降の現代芸術のみに特化して展示する。2) 演劇部門。非常にアングラな小規模な演劇空間を安く提供していく。3) 文化の情報化が叫ばれて非常に多様化しているので、そのような情報を仕入れてわかりやすく発信していく文化情報部門。4) デザイン部門。
 - 当初は現代美術部門のなかにデザインを入れ、ポスターを中心に軽く展示するぐらいの話だったが、いろいろ検討を重ねていくうちに、デザイン自体が現代芸術分野に与えたインパクトが強いし、これから広がっていくのではないかということから、4本目の柱として独立させた。
 - 現代芸術文化センターはミュージアムなので(拠点というにふさわしいかどうかは別にして)、産業の振興というよりも一般に対するデザインの啓蒙を念頭に置いていくことになっている。
 - 使い方は、展示機能が一つ。デザイン史上で評価の定まっているものを集めて展示していく。全世界からいろいろ集めて、半年ごとぐらいいれ替えていきたい。他にももう少し楽しい展示として、アミューズメント・パークのように、市民が体験できるゾーン。この10年ぐらいい進みつつある高度なコンピュータ関係のハード、ソフトをできるだけ導入して、半分は遊園地のような乗りで展示していきたい。
- だと言われているわりにはデザインを評価する指針がまったくないとの指摘から、その評価指針をつくっていく。一般生活者や学識者が集まり、本当にいいデザインは何か、これから必要なデザインは何かということで研究し、評価する指針をつくってきたい。
- という面もあるが、いまデザインを引っ張っているのは企業であることも事

実だから、企業と生活者とデザイナーが一緒になって、新しいものをつくっていききたい。

- さらに、デザイン情報の発信。産業デザイン研究センターのデザイン関係の情報は、データとしての利用は非常に遅れているので、開業に合わせて光ディスクに落とし込んで情報として発信できるかたちにしたい。
- 現代芸術部門、演劇部門、文化情報部門、デザイン部門それぞれの基本構想の策定がほぼ終わった段階。これから運営方針を含めて検討を重ねていく。当初は平成9年にはオープンと考えていたが、遅れつつある。

青木

- このケースは、いままでの産業とはまったく離れたところから拠点の考え方が出てきて、そのなかでデザインを取り込んで、生活者に対して何ができるかということの一つの試金石的なものではないかと考える。

高藪

- 来月ドイツでECのデザイン会議が「デザイン、どこへ行く」というテーマであるが、世界中どこでも、いまデザインが非常に大きなテーマになっている。昔の産業と社会と地域住民、地域社会を結びつけるデザインの役割をここでもう一度、見直していこうという空気が感じられる。
- いままでのデザイン振興の動きは三步進んで二歩下がる（各県にも非常に熱心な方がいて、それを確実に定着していけば下がる歩数も一步で済むが、担当者が代わるとまた元に戻ってしまう）。しかし、最近は各県ともこのようなことが非常に少なくなってきて、着実に進んでいるのが感じられる。
- 本日はいろいろなお話が出たが、これが着実に進められていけば、今世紀中にはかなり変わったかたちで、日本のデザインが新しいかたちで世界に評価されるようになっていくのではないかと。

以上

第2回「デザイン創造支援拠点研究会」検討要旨

日 時： 平成4年11月30日(月) 15:00～
12月 1日(火) 9:30～

場 所： 北海道旭川市 ニュー北海ホテル

検討内容等： 旭川市におけるデザイン拠点の考え方およびそれを踏まえての拠点のあり方について討議・検討

出席者：

[コメンテーター]

北海道東海大学大学院芸術研究課委員長・芸術工学部学部長

渋谷邦雄

[自治体研究委員]

旭川市経済局商工部工業課産業デザイン係

大西忠行

山形県商工労働開発部商工政策課主事

青木啓子

山形県商工労働開発部商工政策課主事

伊藤文明

仙台市経済局商工部商工振興課主査

岩澤克輔

山梨県商工労働部商業振興課

仲田道弘

山梨県デザインセンター

浅川光臣

横浜市経済局産業振興課生活文化産業担当課長

片岡良二

横浜市経済局産業振興課商業振興係長

鈴木基久

静岡県中小企業総合指導センター主幹

川合和彦

富山インダストリアル・デザインセンター事務局長

山下澄男

愛知県商工部商業貿易課課長補佐

山本敏子

名古屋市経済局観光貿易課(産業デザイン振興)主幹

斎藤圭三

大阪府商工部ソフト産業振興課 班長

草薙勝之

北九州市経済局産業振興部工業課

梅野幸春

[旭川市デザインワークショップ関係者]

旭川市経済局商工部次長

古川勝吉

同部 工業課係長

角野晴治

同部 工業課産業デザイン係

佐々木恵一

株式会社旭川産業高度化センター企画課長

重野健一

ほか

(財)日本産業デザイン振興会 プロジェクト推進部長

青木史郎

同 部

鈴木順子

同 部

國井光枝

[旭川地域におけるこれまでのデザイン振興]

- ・旭川におけるデザイン振興は古くから地場産業としてあった木製家具から始まった。
- ・旭川国際デザインフォーラム（昭和63年）、中小企業大学校による産地診断（平成元年）。
- ・デザインの重視、地元の家具デザイナー育成の必要性が意識されるようになる。
- ・旭川国際家具デザインフェア（平成2年）開催。町が小さく、産業集積が不十分なため、地元のデザイナーとして1本立ち出来るほどの十分な仕事がない。そのため、欧米など地元以外のデザイナーと、地元のメーカーが提携してものづくりをしようという目的があった。結果、海外からの応募が多数あり、地元メーカーも頑張るなど、予想以上の効果があった。
- ・地域デザイン会議（平成3年）開催。テーマ「地域を生かすデザインとは」。都市景観や、社会教育、企画、観光、と言った様々な分野とのつながりで、地域のイメージアップを図るとするのが最初の目的。旭川としてのどのような生活文化にするのか、どのような地域になるのかということをもっと広くいろいろなところで議論し、それを常時情報交流出来るようなネットワークの必要性が指摘された。

[デザインワークショップ旭川]

- ・旭川地域のデザイン振興システム（デザインセンターの機能）づくりをテーマとし、
そこに求められる機能、そのための機関がどのような形でネットワークし、
どのような事業を行っていくべきかを明らかにするための研究開発を行っている。

[旭川地域のデザイン振興システムのイメージ]

○地域産業の高度化

- ・食品加工、家具、住宅など、地域産業の魅力ある商品づくりを支援する。
- ・各産業分野別のデザイン導入課題を明らかにし、それぞれのレベルにあわせて、適切なデザイン導入が図られていくよう、様々なかたちの支援施策を行う。
- ・事業としては、企業のデザイン導入のコーディネーションを主体的に行っていく。

○住みやすい地域づくり

- ・豊かな暮らしを実現するステージとして、美しく住みやすい地域づくりを支援する。
- ・交通、都市景観、公共物、サインなど都市機能のデザイン導入について研究開発し、コンセプトや計画づくりを行う。

- ・事業は、行政などからの委託により、都市計画に関わる計画策定などを行う。
また、エクステリア製品開発を支援する。

○豊かな生活の実現

- ・生活を楽しくする暮らしのデザインを提案する。
- ・地域の生活者に対するデザインのインプット（教育や展覧会、セミナーなど）をし、生活者からのアウトプット（提案や意見、市民参加のイベント、コンペなど）を受け入れ、実施していく。

[デザインセンターに求められる機能]

- ・産業、地域、生活をそれぞれ企業、行政、市民を主体として、相互に関連しながらデザインの導入を図っていく。
- ・デザイン関係のコンペ、シンポジウム、展示会等を、総合的に実施し、地元産業のデザイン導入や、人材育成、市民デザインマインドの醸成を図る。
- ・機能が必要なのであって、新しい建物が必要なのではない。現在ある北海道東海大学、旭川工芸指導所、(株)旭川産業高度化センター（平成3年頭脳立地法指定により設立）等をネットワークし、充分機能を果たせるのではないか。

[頭脳立地構想 旭川のテーマ]（仮）

- ・旭川の場合、東海大学、工芸指導所などがあるほかに、国際デザインフェアをはじめ多くのデザイン関連のイベントを開催しており、行政の中には産業デザイン係や都市景観係があるなど、デザインシティーとしてのファクターがかなりあった。そのため当初のテーマは「デザインシティー旭川の創造」であった。
- ・最終的には、最も北で展開される頭脳立地構想であること、また食品関連、木製家具、アパレル、住宅関連など、生活関連の産業に関してはある程度集積があることから、これらの産業の振興を図り、国民の生活をより良いものにするを旨とするという意味で、「北の生活文化産業の創造」というテーマになった。

[旭川の産業振興ビジョン]（仮）

3つのステップ

- 生み出す……消費者であり、生活者であるという立場から自分たちの生活をデザインする。北国にふさわしい快適さ、ライフスタイルを自分たちで考え出す。
- 作り出す……国民のニーズに応じたものを作り出す。そこに、デザインや文化性を取り込み、産業自体を高度化させる。
- 送り出す……それらを世界中に発信し、それぞれの地域で喜ばれるものにする。

- ・将来的には、実際に人と人とがフェイス・トゥー・フェイスで情報交換する場も必要になってくる。旭川は運輸省の国際コンベンションシティーの指定を受けた。国内ばかりではなく、海外ともいろいろな交流をし、価値観の一致、共存共栄を図り、それにより旭川のイメージを高めていきたい。その際、自己満足ではなく、外部の人にも受け入れられる、本物のデザインを旭川から作っていかなければならない。いろいろなイベントを通じてまず市民のマインドの醸成を図り、それを産業、あるいは文化に波及させていく。そして、CIについてもデザインシティー旭川としてふさわしいものに作り上げていきたい。

まとめ

- ・これまで企業ばかりが豊かになってきたが、国民の生活はそれほど良くはなっていない。生活関連産業を高度化させ、みんなが豊かに、楽しく過ごせるようなものを作りだし、発信し、旭川がそのメッカになることを目指す。

《以下、討論部》

青木

- 拠点の考え方の中で、少し前までは産業の振興は産業というフィールドだけで考えていけばいいということであったが、そういう次元ではなくなってきた。その中で市民的なものと産業的なものをどのようなかたちでつないでいくかが、大きなテーマになるだろう。

斎藤

- 私どもも器がなければデザイン振興ができないとは考えていない。たまたまデザイン都市宣言、博覧会、デザイン会議の誘地など、デザインの後進の自治体としてそういった流れの中に乗っかっていくために、そういう雰囲気の中でハードの拠点を作っていただけだろう。
- デザインセンターで考えている機能の中に、全体で一万六、七千平方メートルぐらいの建物になるのだが、デザインミュージアムを考えている。地域の産業とのかかわりの中で市民的な、創造のプロセスをうまく表現できるミュージアムにしようと考えている。
- 建物全体の約半分ほどはテナントに入って貰う予定。採算の取れない事業が多いので、その採算を取ろうという意味合いもあるのだが、デザインの優れた商品を見る、触る、買うという楽しみを通して、デザインをわかってもらおう。仰々しくやるのではなく、そこにあるものを通して、デザインに触れる場として、私どもはマートと言っているのだが、5年先、10年先にあそこへ行けばデザインのいいものがあるねというような評価を得られればと考えている。
- 産業面では、私どもも同じように三セクでやっているのですが、たくさんの企業とつながりができているが、うちの企業にとって、どういうメリットがこのセンターにあるのかと単刀直入に言われることが多い。地域を代表するような企業にとって、デザインセンターがどういうつながりを果たせるのか、具

体的なつながりはないのかということ、今いろいろと考えている最中である。

山下

- もともと富山のデザインセンターは、業界からの要望でスタートしたわけだが、テクノポリスの基本計画の中で位置づけられ、63年にスタートした。
- テクノポリスの指定は59年で、すぐにスタートするはずだったが、知事自ら2年間、計4回デザイナーの皆さん方からいろいろと意見をお聞きになられた。そして多摩美の平野拓夫先生を所長にお迎えし、富山のデザインセンターを運営していくのに、まず第1には、いわゆるデザインというものを企業経営者に理解してもらうことから始めようという話をいただいた。とにかくデザイン開発を企業と一緒にやって、サクセスストーリーを作っていく。そのことによって、より多くの方々にデザイン投資の重要性をわかってもらおうという考えがあった。
- デザインセンター自らが企業のニーズに応じて、優秀なデザイナーをプロパーとして採用するということでは、地元のデザイナー泣かせになる。ましてやこういう第三セクターでプロパーの専門家を確保するのは、将来を考えた時に絶対に採算が取れない。だから全部嘱託でお願いし、なおかつデザインセンター自らはデザインワークは一切しないという基本方針を立てた。そうすれば事務所はあいだを取りもつ機能さえあれば、ハードを持つ必要はないので、オフィスが1室と所長室が1室あるだけでスタートしたわけである。
- いろいろな事業をやるにあたっては、原則として県が3分の1、デザインセンターが3分の1、受益者から3分の1の負担を受け持ってもらいながら事業を進める。だからセミナーも研修も、デザイン開発もすべて受益者負担として、それなりの金額を払っていただいているのが実態である。
- （ハードとしては、）工芸都市高岡クラフトコンペをこれまで7年間やってきている。これは国内コンペだが、ハードがないために、上位の作品を購入して、コレクションにするということではできなかった。これだけ回を重ねてきたため、地元のクラフト関係の企業からハードが要求されてきている。高岡市に工芸指導所があって、地元の土器や漆器のデザイン指導をしているセクションがあるわけだが、高岡市もいわゆるデザインシティーを目指していて、今年の高岡市の5カ年計画の中に工芸デザインセンターの整備を位置づけしてきた。そういった地域からのニーズもあり、県も頭脳立地の中で位置づけしてある。
- もう一つは、今年末に例の地方中核都市拠点都市構想という、国土庁が都市を指定して、その公共的な施設整備についてかなり地元へ権限を委譲したようなまちづくり構想を出した。この整備施設の中に、高岡市を中心にした地域の中で、その中核施設としてデザインセンターを取り込めないか。そういう諸々のものがいっぺんにここへ集まってきているという状況もある。

青木

- 産業そのものに対する一種の支援型というかたちで組んでいくとすれば、一

つは新潟県のIDS財団みたいなかたちで、一つの基金を持ってある種のオケージョンを作っていくという活動体であるとすれば、器がなくても十分成立させられる。とはいっても事務所ぐらいはあるだろうし、何らかのオープンタイプの研究施設の問題もある。そうした一つの運動体プラスオープンラボのタイプがありうるだろう。そこまでの発展系の問題と、それが何らかのかたちで具体的に展示場やマートなどの大きな交流施設などを持ちながら、一つの拠点構想になっていくということとはリニアにつながらない部分がある。

山下

- 時代の流れからいって、デザインというのは第2次産業だけではなくて、いろいろなところから一つのキーワードとして見られているのではないか。また都市景観や環境といったところにもデザインがキーワードとして登場してくるようになってきている。デザインセンターとして整備するには、非常にいい時期には来たのだろう。

佐々木

- 先ほどから議論になっている器が必要であるか否かの話だが、苦しまぎれな部分がうちの地域にあったのは確かである。旭川は器ばかりを作ってきた。重複した機能を持っているのではないかというものを、それなりにいろいろな補助制度を活用して作ってきたのだが、現在に至って実は何が何をやればいいのかわからない。この上さらにデザインセンターという器を作ってしまうとますます混乱してしまう。したがって、デザインセンターという器ではなくて、いまあるものを使ってなんとかできないだろうかというのが最初の考えだった。
- いろいろな施設をうまく組み立てれば、機能面はまずクリアできるのではないか。また織田コレクションのミュージアムなど、それに付随したものを研究する施設ができてくれば、家具のデザインを研究する場所もできてくるだろう。機能でまずスタートして若干の活動を試してみる。その中でこれはどうしても必要だというのが明らかになってくれば、その時は大手を振ってハードが建てられるのではなかろうか。
- 基本的に私どものワークショップは、頭脳立地を頭脳立地からやや外した考え方で、地元のデザイナー、大学の先生、企業の経営者などいろいろな人が集まって、好きなことを話し合っている。
- 産業がテーマになっているため、産業を媒介しないものに対しては厳しい。そのため、行政サイドのデザインセンター的機能が期待される。これについてはいろいろな大学の先生などからすでに何回も提言を受けている。
- デザイン業種が集積する可能性はどうか。いままでの経緯から考えると難しいが、長い目で見ていけばいいのではないか。
- デザインフェアをだれが行うのかという問題がある。こういったデザインフェアは業界全体にとっては大きなメリットのあることかもしれないが、その人間を派遣する企業にとってすぐにはね返ってくるようなメリットがあるとい

う類の仕事ではない。そういったものをサポートする役割がデザインセンターの中に求められてくるだろう。たとえば富山IDセンターでは、クラフトコンペを、金沢のセンターでもいろいろなコンペを開催している。センターがコンペを運営していくのは、もう常識の話として考えてもらわなければならないだろう。しかし、いまのデザインセンターの一つの受け口である株式会社旭川産業高度化センターは、株式会社であるがゆえに、それを単に事務局機能を人件費なしに行うということではできないだろう。

- 青木
- 行政サイドのデザインセンターという話が繰り返し出てきている。自治体の開発支援や、自治体自身の開発行為がかなり大きくなってくると、そこにデザインという問題が不可欠になってくる。そういう問題を処理する専門の領域が何か行政的にいるのではないかという発想が出てくる。もともとデザインの行政自身のスタンスからいくと、デザインの問題は極めて横断的な問題である。
 - それでは横つなぎの軸ととらえるならば、そういう横つなぎの軸を一つの組織的なかたちでまとめたほうがいだろう。そういう発想方法はとくに外部からは出やすいと思う。それが先生方を集めてよく提言などを聞くと、企画セクションにデザイン振興部なり、デザイン行政部なりを作ったほうがいいのではないかという発言になってくる。デザインセンターの中における官の部分を外在化させていったほうがいいのではないか。

- 山本
- （愛知県デザインセンターの場合は）最初から場所があったわけではない。それまではいまある本庁組織ではなくて、愛知県産業貿易館という組織と建物があり、そこに貿易部門としてのデザインがあった。産業貿易館という新しい建物の横に新館を建てた時に、そこにどうしても場所を作ったかどうかということで、これは内側から出た話だと思うが、昭和49年にいまある場所に愛知県デザインセンターを作った。
 - 愛知県の場合はデザインを専攻した者が23名いて、地場産業に対応した試験研究機関が繊維が二つ、陶磁器が二つ、工業技術センターというのが五つあって、それから愛知県デザインセンターがあって、そこに23名が散らばっているという組織である。愛知の場合は専門家、事務屋に対する技術屋だが、デザインはすべて技術屋のわれわれが行ってきた。それゆえかえってデザインというものがわかりすぎてしまっている部分があって、技術的に走ってしまうところがある。そのあたりが逆に非常に弱いのではないだろうか。というのはいまの組織は商工部の中の商工貿易課の中のデザイン担当ということで、旭川が行っているような横断的なことはなかなか声が発せられない。つまり商工部の中から出られないということがある。また展示場を持っているので、デパートで行うということではできない。広い場所を持っているとそこでしかできないということがある。

○また、なかなか通りすがりの人が入る場所ではないので、PRも行き届かない。今年は国際デザインセンターもできるので、県のデザイン振興を見直し、新しくデザインビジョンを作って体質改善していきたい。

川合

○静岡県の場合は、試験場からデザインを外してしまったケースで、いまの段階ではいいのか悪いのかはわからない。静岡の場合、民間デザイナーも多いため設計支援としてのデザインよりも、サービスの部分のデザイン、あるいはデザインマインドの向上の必要性を考え、デザインセンターという新しい組織を起こして、中小企業総合指導センターの中に発足した。職員は試験研究機関の職員4名が移り住んできて、研究職から行政職へ体制の都合上変わったという問題点もいろいろ含んでいる。いま問題になっているデザインの範囲の広がりという意味からすると、人数的にも、組織の位置づけ的にもなかなか対応しきれない状況はもうすでに生じている。

○デザインセンターという行政の組織として位置づけられてしまうと、組織としてかたちづくられたらそれが頂点で、膨らんでいくということはほとんど考えられない。人材にしても、予算にしても、毎年減っていく。だからデザインセンター自体で事業費をもって運営していくということではなくて、デザインセンター自体の運営費だけは持っていて、事業は各部局で起こしてもらって、それをお手伝いしていくという体制にするのが、一つのできてしまったデザインセンターの行く方策ではないか。

仲田

○旭川のワークショップの例を見せていただいたが、山梨の場合もデザインイヤーの年には、三グループに分かれて創造支援拠点についての話し合いをした。それを実現する段階が一昨年、去年だったのだが、いま振り返って考えてみると、うちのデザインセンターを所管する課でそういうワークショップをやって、それに基づいて提言をいただいて、担当者の理解の上でいろいろなものを作っていきプラン自身はうまくいったのだが、人間的な面が大きくあった。いままでの議論はまさしく産業寄りの議論だったが、そういう理論はわかりやすい議論で、デザインセンターの中でいちばん課題になってくるのは、地域の文化をどのように作り出していくか。どのようにデザインし、デザインを通して地域の文化を作っていくかということだが、それは基本的にデザイナーの範疇ではない。

○地域の人をどういうふうに動かしていくかというイベントをする。産業ではなくて、その地域に住んでいる人がそのイベントを通してその地域に住む喜びを感じる。それが地域づくりだということになってくる。外から人を呼ぶことよりも、地域の人が同じはっぴを着て、祭の神輿をかつぐというようなものをどういうふうにしていったらいいかということも含めて、デザインセンターのほうで少しずつやるような体制を入れていっている。建物はどちらでもいいが、ないよりはあったほうがいいことは間違いない。私どもは作れ

る時に作っておいたということになるのだろう。

佐々木

- 頭脳立地の関係でどこの地域も苦勞されているのは、市民が頭脳立地をよく理解できないということで、とくにうちの場合はテーマが生活文化産業の創造のため、生活者でもあり、消費者でもある市民がどこかで触れたり、体験したりする場所が必要であると考えます。
頭脳立地、あるいはデザインと、市民、あるいはよそから来る人の交流の場を作りたい。

青木

- 基本的にデザインの間、あるいは交流の間というのは、異業種交流がベースであるということがわかってきた。異業種交流にある程度の目的性を作っていく時に産業的な目的の作り方や、文化的な目的の作り方など、いろいろなパターンがあるのではないかと。

斎藤

- たとえばデザイン教育を市のデザイン振興の中でどういうふうを考えているのかというと、非常に重要だと考えている。来年から私どもはデザインガイドブックのような簡単なものを作ってみようと思っている。実際にはいま教育委員会と相談しながら考えている。
ミュージアムについて具体的には決まっていないので、考え方だけ言うと、名古屋はものづくりのさかんな地域であるので、そういったものの中でミュージアムのコンセプトをまとめていきたい。創造のプロセスをうまく表現するミュージアムにしたい。
- 私どもとしては創造のプロセスをうまく見せたい。つまりバーチャルリアリティ、CGなど、いろいろな演出のツールをうまく用いて、デザイナーが頭の中で考えている、物としてできあがる途中の創造のプロセスをうまく表現したい。それを小学校の高学年もしくは中学生が理解できるような表現方法で展示をしていきたいと考えている。

草薙

- 府立の産業デザイン研究センターを昭和62年に設立した。当時は行政改革の途上だったので、試験研究機関の統廃合の中でいわゆる中小企業指導所の付置機関としてあった。その当時から公共の施設とするのか、あるいは財団等の第三セクターの施設にするのか、あるいは研究という分野だけにとどまるのか、あるいは振興センターというかたちで大きくするのかという議論があり現在に至っている。当時の考え方は職員自らがデザイン指導をするのではなく、デザイン業を育成することによって、デザイン業が中小企業者に対する指導を行い、デザイン業が指導するにあたっての基礎的な研究開発や、基礎的な人材育成などを行っていかうということで進んできた。
- 大阪には数多くのデザイン先導型の企業があり、また中小企業でも、デザイン業でかなり先進的な企業が育っている。そういう意味では行政のデザイン

職や研究職がするよりも優れた企業が多くなっていて、逆に商工行政の中でデザインセンターが必要かどうかという議論が現在起こっている。すべて民間のほうにお任せすればいいのではないか。したがって、ハードの設立についても、私どもは行政振興施策の結実、あるいはスタンスの表れとして大きな振興センターがあればいいと考えている。一方技術のセンターについては、10ヘクタールの土地を開発して、技術のセンターの一元化を図るように進めている。デザインも技術、情報と並ぶ資源と言われている中で、デザインセンターはいま500平方メートルほどしかないという現状なので、そういったセンターが必要である。ただし技術センターのほうは、中小企業者のための技術支援のみを行なうのではなく、大阪のターゲット技術である電子機械、バイオ、素材などの戦略的な技術分野に特化して行っていきたい。

- デザインにはそういった先端技術の分野、また行政の人間が指導できる分野はおそらくないので民間の優れた研究機関、あるいは企業の方々の研究施設、あるいはショールームを大きなハード施設の中で展開することによって、彼らのコラボレーションをうまく誘導するような施策をすることによって、デザインセンターを具体化していくという方向で考えている。
- 一方、デザインミュージアムについては、優れたデザインワークをされる方々の展示というコンセプトでいくべきか、あるいは府立産業デザイン研究センターが1万点ほど集めている海外の生活用品を生活者の方々に使っていただくという方向でいくべきかを検討中。
- エイジレス社会においてどのように企業が商品化すべきか。あるいはニューファクトリー化の中で企業がどうあるべきか。環境の中でどうあるべきかというかたちで因子を分析して、デザイン評価システムを組めないかと考えているが、これもデザインの大学そのものが少ないのでなかなか難しい。もっと行政の中でやるべきデザインにシフト変えをすべきではないかと考えている。
- マルチメディアについて、産業デザイン研究センターのほうで研究員1名という体制の中でやっていたが、体力的にも、また資金的にも続かないというので、本年3月に財団法人のイメージ情報科学研究所を設立して、3次元のCGの研究開発、人工現実感の研究開発と、それらの研究開発成果を応用したかたちで開放型の研究室、開放型のデザイン振興室を作るように進めている。そういう意味で私どもの商工行政の中におけるデザイン振興施策は、先進的なデザイン施策に対する支援を民間とどういうふうに組んでやるのか。その時に行政体としてのデザインセンターはどうあるべきかというかたちで現在検討を進めている。
- 本日かなりいろいろ問題が出ている。デザイン行政は尻押し行政なのか、先端的な行政なのかという問題。それからデザイン業をどう見るのか。デザイン教育をどうとらえていくのか。そうした問題がいくつか出たので、整理して、いくつかの問題について集中的に明日また討論をしたい。

青木

- 問題提起として、一つはデザインがだんだんわからなくなってきた。ものづくりのデザインから、ことづくりのデザインへ。ものづくりの中でも商工仕切りだけではなしに、農政の問題、観光の問題、文化領域の問題等が広がっていきにしたがって、デザインというものが極めて見えづらくなってきた。デザインという言葉でそれを言うべきなのか。
- 自治体がデザインに取り組んだことによって、いままでの産業デザインとは違うデザインのフェーズが見えてきた。それをいったいどういうかたちで実践したらいいか。また官僚機構の中でどうやって実践していったらいいか。
- もう一つは頭脳立地に関する問題。旭川市では北の生活文化産業を創造するためにデザインをはじめとする諸力を結集するかたちで一つの器づくりが進められている。頭脳立地によるハードウェアの問題と、そこに生じてくる北の生活文化の創造をしていくというデザインのほうのソフトウェアの問題がどういふかたちでリンケージしていくか。器がなければデザインが振興できないのだろうか。なぜ器かという論議がもつとなされるべきだ。
- 市民という問題。自治体が新しくデザインに取り組むことによって、極めて明確に見えてきたデザインの領域。いわゆる生活のデザイン。デザインのイデオロギーの側から言うと、生活のデザインという問題と、生活とものづくりを結ぶことがデザインであると言っているが、その時の「生活」とはいったい何なのか。
- デザイン行政は尻押し行政なのか、トラクションをかける時の行政なのか。尻押し型だけでは今後の自治体の機能は果たせないであろうとした時に、トラクション型の行政も志向されなければならない。一つの問題提起としては、尻押し行政でないデザイン行政とはいったい何であるか。
前提条件としては、デザインに可能性があることである。デザインというものは産業行政という部分でなしに、さまざまな領域において効果的なものである。しかし、特に行政、企業も同じだが、一つのシステムティックな思考を持っている組織に対して極めてなじみにくい。
- 行政におけるデザインセンターの問題。これには二つのフェーズがある。一つは、各県庁および市において極めて開発行為が多くなってきたこと。お米の開発もあれば、農政レベル、観光レベル、イベントレベルの問題が極めて多岐にわたってきて、行政の開発行為のレベルにデザインが必要になってきた。もう一つは、施策自体が柔らかくなってきた。ゆとりと豊かさと言ってしまった背景も一つある。マインドアップを図る動きが非常に大きくなり、農政、民生、さまざまなレベルにデザイン的な思考を必要とする開発行為、あるいは極めてデザイン的な、集まって考えて、提案してみようというかたちでのデザインマインドがあふれる事業が、多様に展開されるようになった時代だ。システムの機構はどうあったらいいのか。

- 市民、そこでのデザイン教育問題。産業の進展でない部分を自治体が担っていく、欧米のデザインセンターの旧来タイプがどうやって生き残るか。一つの社会教育装置、市民教育装置としてのミュージアムという問題。

渋谷

- いま日本のおかれている状況は、「地方の時代」だ。いままではそこへ行くのが当然というかたちで首都圏に集まったが、いまは選択しつつある。Uターンしようかとか、どっちの仕事が魅力的かとか、どっちのまちのほうがより魅力的かという比較の上でやっている。そうなるとデザインというものが大変重要になってくる。

これから行政のデザイン方面への対応は、商業空間においても大変重要なテーマになる。全国規模で考えていくと、かなり膨大なデザインが必要になる。また、他の分野でもデザインが要求されつつある。

- 北海道では農村のアメニティーの問題がある。そのデザインを判断する、また、デザインのコンセプトを作る、そのよしあしを判断する機能がいまの行政には全くない。
- 北海道で北の生活文化産業の創造というテーマを掲げた。北でどんなものを作ったらいいのかということと、北でどんな住宅、どんなものに囲まれて生活したらいいのか。

北海道の住宅は本州の住宅とは基本的に違っている。この寒い地域に合わせようとし、結果として北海道の住宅は本州の住宅と全く違う。これが地域の個性というか、北の生活文化産業の成果である。気候、風土、習慣が違っていると、いつのまにか違うものがそこに生まれ、違うものが育っている。それが地域、地方の時代の一つの側面である。行政の立場で地域の個性、地域の固有の技術、地域独特のライフスタイルなどを意識し、これから産業の育成、教育、文化の振興などをしていかないと、その地域の特徴が出てこなくなる。

- コーディネーション機能を高度化センターに期待していて、そこがコーディネーター、研究開発の音頭を取って、民間のそれぞれの専門家を集め、行政のニーズをそこでインプットしてうまく展開できればと期待している。
- デザインの一般の人の概念は、色を考えたり、かたちをいじったりする仕事と理解されがちだが、コンセプトを立てて、それに基づいて実体まで持っていくというプロセスを共通認識として考えてみる必要がある。

青木

- そのほかの問題として、研究開発機能について問題提起できる。自治体の中は縦割りでありながら、実は横割りで動けるところがあり、デザインを担当する部署が実質的に多数あったとしても、なんとかなる。その場合にデザインの問題としてボトムアップでコーディネーションをかけることは難しい。何らかの上位のビジョンなり何なりに基づいて動ける横つなぎをまず保証する一つの体系がいる。現場が動く際に、研究開発コーディネーターをすることで実質的にないと、全部バラバラになる。研究開発コーディネーターをする

組織は、外部組織がないと動かない。提案はできるが、その提案自体を魅力のあるものにしていく。つまり、デザインをしっかりとやっていく部分が外側がないと動かない。

鈴木 ○デザインについては八つぐらいの部局に分かれて施策を行っている。横浜市では縦割り組織に対して横の組織としては、コンベンション推進本部で、これはコンベンションにかかわる各局、各課を網羅したかたちでの横の組織を作っている。助役が本部長で、関係局がその本部員、さらにその下に担当部課長、幹事会ということで一つの方針を各局統制の取れたかたちで事業推進していく。それぞれコンベンションなり、企業誘地については所管は経済局の担当課があり、そちらで全体のコーディネートをやっていくという組織で、一つの統一された意思のもとに施策が実行されるように、縦横併せて推進していく体制である。

青木 ○トータル・アメニティー推進本部とかそういう話でデザインを突っ込むということはなかなか難しいか。

鈴木 ○デザインに関する所管については、まだ全くできていない状況。人事当局を統括するセクションの組織化については、なかなか理解が得られない。行政が担うべき部分で、横浜は、都市デザインについてはかなり先行的に特別なセクションを設けて、景観については力を入れてやっている。遅れて産業デザインについていろいろなサプライ、いわゆる支援という意味での事業を組み立ててきた。振興拠点としては、複数のいろいろなセンターにいろいろな機能を持たせて、それをネットワークすることによって、一つのセンター機能の充実を図っていく。

○行政が一つの施策を作る場合に、産業の振興と、まちづくりと、市民の生活と3点セットで常に考えろと言われている。市民生活にかかわる部分について施策としてどういうものが打てるのかということになると、わからないというのが実態。産業の部分については、ハード、ソフトのインフラ整備を考えていく。まちづくりについては主導的にやっていく。都市生活については、プラン・ドゥ・CのCの部分をもっと市民に評価してもらう。

斎藤 ○縦とか横とかを意識する必要はないのではないかと。縦というのはある意味では専門性みたいなもので、行政をやるわれわれとしては必要だ。横というのはある意味では調整機能というのか、コーディネートにあたる。本当に必要なのは、対市民、産業界、企業に対する調整が必要なのではないか。

○最近いろいろな開発が多くなってきた。アメニティー、環境保護など、いろいろな問題がある。行政だけではやはりやりきれない。つまり共同していろいろなことをやっていくことがおのずから必要だし、そういう意味ではあま

り縦とか横というのを考えずにやっている。

- 全庁的なものとしてデザイン研究会という組織があり、総務局が窓口になり、産業デザインの関係では経済局、都市計画の関係では計画局というこの三つが中心になって、全部の部局が入ってテーマを掘り下げて研究をしている。たとえばデザインの関係の行事があった場合には、今度は全庁的に職員に呼び掛けて、それを職員研修という位置づけの中で参加者を募る、そういう意味での職員の中におけるデザインの意識の向上を図る。調整機能としての委員会は設けていない。予算的には、年間で言うとも三十数項目ぐらいがデザイン振興施策ということでソフトからハードまで上がってくる。

青木

- 外との接点の問題だという話と、外的な意味での名古屋市が作る国際デザインセンターが、実は名古屋市のデザインセンターでもあるという機能を両面でもっている。外の問題ではなく、内を外化する機能も持っているということで位置づけていくなれば、さした問題ではないか。
- ただ、デザイン振興予算というかたちで、シード権を持っている予算項目の中にデザインが入っているというのはすごくうらやましい。

草薙

- 大阪府の場合は、商工行政が先導を切ってデザイン施策を進めてきたという経過があり、その内容もどちらかと言うと中小企業者に対してどういうデザイン開発力がある製品を作ってもらおうかという観点で進めてきた。たとえば建築部に建築関係の環境デザインを専攻した設計士がいるが、そういった方々が中心となって府の総合計画、あるいは地域づくりにおけるデザインを検討してきたこともある。
- 商工部がとりあえずデザインという冠をつけた唯一の機関であることから、デザインの研究会的な組織を作っていきたい。便利屋的な使い方ではなく、府政の中のデザインを考えていく仕事をやってもらうということで、これまでは図案職というかたちで採用していたが、平成3年度から、デザイン職という名称に変更した。採用においても、府の施策においてデザイン行政はどうあるべきかという観点で採用試験を実施した。新たに採用した2名のデザイン職は全く絵が描けない。事務職と違ったデザインコンセプトを提起できるかは、これからの課題である。
- 推進本部体制については、商工行政におけるデザインという見方は庁内から見ればかなり外れたものであるということで、苦戦を強いられている。商工行政内部においては、中小企業者に対するデザイン開発は民間のデザイナーに任せる。われわれはそれをやっていくデザイン事務所の機能強化をどう図っていくかということで現在進めている。

渋谷

- 学校は産業界に送り込む人材をいままで養成してきたが、現在のデザインの問題はそれではまかないきれない。うちの大学では地域のお手伝いをする機

会があったら、積極的にやろうとしている。これからの大学像を探る意味でも、積極的に手伝って、次のデザイン研究テーマ、教育テーマを作ろうとしている。面白いテーマとしては例えば高齢者社会になるが、その生活環境を考えている。そのためにたとえば旭川は家具のまちだが、高齢者に喜んで使ってもらえる椅子はとくに開発していない。これだけいっぱい家具を開発しながら、これからニーズがでるであろうアイテムは不足しているということが浮上している。

- 他には今度、旭川市で市民病院を作る。病室がどういうのになるのか気になる。たとえばそこにどんな家具が入るのか。どんな椅子が入るのか、そこで闘病生活をする人の立場を考えれば、これは重要なデザインテーマだ。たとえばどんな小学校、病院、施設を作っていくのか。そのへんはこれから地域の大きなデザインテーマになる。従来のカテゴリーからすればそれは単に調度、備品を調達する係の仕事だが、それではすまない。地元の産業もそこにいいものを供給できる体制を作らなければいけないし、かなり横断的な仕事になる。
- まちづくり、いろいろな観光施設、レジャーも含めて地域づくりをどうしたらいいかも、大きなテーマとなると自覚している。大学も一つの交流の場、デザイン関係また開発関係者と経営者、または業者の交流の場になればいい。大学もこれからはそういう面で開いた器として交流の場にならなければいけない。

青木

- 場の問題、いわゆる研究開発コーディネーションという問題、県庁、市庁内のデザインの横ぐし論、縦ぐし論は、ある程度問題が解決できるとしても、研究開発コーディネーションを内部的に、外部的に行っていくかたちでの一つの場がないと、実質的に推進できない。

川合

- 静岡の場合、財政課にしても、商工労働部自体にしてもまだまだ商工労働部の産業振興という部分からの受け止め方である。産業振興を最終的に進めていくためには、従来の企業のデザイン振興だけではたちかない環境があるということで、都市の環境の問題とか、ゴミの問題などをアピールする展示なども企画してやっている。これから考えていく上では商品開発の姿、かたちだけではなく、ゴミ問題まで考えて製品開発が必要だということまで内部から認識してもらう。
- 縦割り、横割りはその次の問題になる。産業振興という部分での問題点と、縦割り、横割りの問題については、商工労働以外のいま皆さんが取り組んでおられる農業、観光、都市整備等がある。また、静岡の場合いま一つ面白い芽が出ている部分は、東海道が2004年かに400周年を迎えるということで、市町村振興のほうで研究会を設けていて、東海道全庁に対してデザインセンターの位置づけ、役割みたいなものを作っていくのがデザインセンターの役

割となっている。福祉関係のほうでも、産業に結びつくような部分はある。

青木 ○内部啓蒙の問題は、デザイン博をやって、市の職員の方が参加したことは、効果があったと言える。デザインイベントではないと思うが、そういうものをデザインセンターがとらえながら、社内営業のような機会ともとらえていく。最後に旭川市の意見を伺いたい。

佐々木 ○市役所の中の関係するセクションがプロジェクトを組むとか、セクションを作るというかたちで横の連絡をする、それを強力に引っ張るトップみたいなのがないと、これはただの研究会になってしまう。そういう意味で先ほどの推進本部体制のようなかたちでトップとつながる必要がある。その実施機関として研究開発のコーディネートをするものが必要だ。それが全体としてデザインセンター機能のようなものを行政においてかたちづくっていて、市民、企業と連動していく。

○デザインの横のつながりをする、いろいろなセクションがからみ、その事務局役をするのは、市役所だと企画課などがやるのか。むしろ企画はデザインのセクションそのものなのかもしれない。本来の意味の企画の働き方があるとしたら、それはイコールデザインセクションそのものなのかという感じがした。

○企画がデザインセクションそのものでありうるのは難しいという問題はあるが、プロジェクトを作ることが必要だ。それが企画を通じて、市長、あるいは助役とダイレクトにつながっているような状況が作り出せないか。研究開発をするものがたとえば頭脳立地の高度化センターだとすれば、そこときちんとつながっている。頭脳立地の高度化センターが、企画セクションと一緒にになって事務局役をやるようなスタイルに持っていけないか。

○研究開発コーディネートをやる人材をどこから引っ張って、どういうかたちでやっていけばいいのかという問題が出てくる。市役所というのは、私はこれが専門だから、これ以外はやりませぬ的なおいがどうしてもしてきてしまい、それをどうやったら回避できるか。いまはたとえば研究開発コーディネーター機能だが、デザイナーをそこへプロパーとしてくっつけなければいいという話ではない。そこを媒介としていろいろなデザイナーの方とつなげていく役割をもってもらわなければならないのか。

○一方ではそれをコーディネートする立場の人は、デザインに対して専門知識を持っていなければならない。それはデザイナーというよりもデザイン・コーディネーターと言うべきような職種の人を、デザイン研究開発機関の中に2人、3人と育てていく。

青木 ○役所の中の方という問題と、デザインセンターの運用メンバーという二つ、タイプがある。

- 自治体と自治体の横つなぎが非常に問題になってくる。つまりAという地方でやっていた手法をBに移転するということがかなり有効であると考えてるので、そういうことの場合を私ども人材育成の機関を通じて若干サポートできたらと考えている。
- 市民生活、あるいは生活のデザインといういままであまり考えてこなかった、産業社会の中では面倒臭いから放っておいた問題が、一つの大きな領域として認識されるようになってきた。ただこの場合の担い手は、端的に言えば市民一人ひとりだが、そうしたものを支援していくのはメーカーにできない。そうするとそこに自治体の新しい役割が出てきて、生活そのものを向上させていく仕事がありうるのではないかと思う。そういう中からデザインセンターを一つの質的向上のインフラとして考えていくという考え方も出てきた。
- 問題提起としては、デザイン教育はどうなっているのかという話、市民生活にどう施策がかかわるかという問題、プラン・ドゥ・CであればCの部分、いわゆる評価者の評価水準を上げていくことが実は産業も、都市も、市民生活も、それを最終的に向上させることである。
- これで二つ手掛かりがあるのではないかと思うのは、一つはワークショップの問題、もう一つは市民教育という部分の問題だと思います。山梨県は、山梨学院大と連携し、一つの市民講座をしているのは画期的な話ではないか。大学を開いて一つのデザインの市民教育の場として活用するというのは当たり前だが、行政と連携してやったケースは初めてではないか。
- 山梨はワークショップを4年間続けてきて、市民、県民に対してのデザインのあり方を問う。市民にとってのデザインとは、自分の哲学を持っていかに生きていくかだ。ビジュアル的な問題以前にそういうものを考えてもらい、結果的に山梨で一生懸命デザインされたものを受け入れてくれる土壤を作ろうではないか、ではそのためにはそういう考えを県民に伝えないとわかってもらえない。伝えるデザイン行為の手段の一つとして大学と連携した。山梨学院大学の協力を得ながら、デザイン学のデザイン教育ではなく、自分の生き方をこれからどういうふうにしていくかを考える。行政の役割として市民に対するデザイン教育と、行政内部におけるデザインの役割をもう一回再確認することとがつながっている。企業などは問いかけてつある時代なので、行政のほうもそういうものを利用しながらこれからはやっていけたらと考えている。一つの仕掛けを作っていくデザイン的な要素、行政文化を転換していかなければいけない。地場産業の人に伝えて、あなたはいったい山梨で何で仕事をしているんだ。山梨のブドウを守らずしてあなたのワインがあるのかというふうなことを言い、一方では受け手にして、デザイン講座などを通じて、あなたは山梨に何のために住んでいるんですか。21世紀に住む理由はいったい何ですかを問いかけていく、それが市民サイドとすれば行政からのデザイン教育になっているのではないか。

仲田

青木（山形県）

○デザイン研修事業を県独自でやっているが、前は東京に住んでいる方々に山形に来て講演をしてもらった感じだったが、もう山形に住んでくださっている方もいるので、いずれ大学のほうでやってほしいと言っているが、まだ東北芸工大は開学したばかりで大学の体制が整わない。

青木

○シンポジウムは限界をそろそろ感じてきて、困ったところがある。それともう一つ大きな問題としてワークショップがある。

○ワークショップの問題としては、今年二つ大きなイベントがあった。一つは富山県の話、もう一つは横浜市のビッグデザインの話である。これが難しいのは、いつまでやっても成果が上がらない点である。ある意味では生き方を自分で考えられる人たちを作ることが最終目標である。現在までのところはデザイナーおよびその周辺というかたちでの問題だと思うが、そのへんが先ほどのプラン・ドゥ・CのCの部分とかがわかってきた時に、かなり有効ではないか。

山下

○デザインセンターというとデザイナー、あるいはデザインにかかわる仕事をしている人たちは集まってくるし、参加もしてくる。シンポジウムをやったり、セミナー、研修をしている。富山県はリカレント教育で今年からまたCG研修までやらされているが、参加してくるのはどちらかというとデザイナー、デザイン関係者が主体だ。いま問題になっている市民レベルにどうデザインを普及させていくかであり、これの一つのきっかけにならないかとの考えで、クラフトフェスティバルを実施した。

○クラフトフェスティバルは八つの会場に分かれたが、各産地のその仕事にかかわっている人たちや、各町、市の産業関係の職員もスタッフとして参加してくれた。さらにはオープンデーを設けて、市民の方に、いつでも来てご覧になってくださいというかたちで実施した。何かしていくことによって、一つの関心を持ってもらう。それが最初の一步だ。新しいデザインセンターを構築していく時に、市民レベルとの接点としての機能をどう持つかということが問題として残っている。

○名古屋の国際デザインセンターのような見て、触れて、買えるような機能もデザインセンターとしては持っていく必要があるのではないか。市民講座のようなことは、国立高岡短期大学がデザインの学科を持っていて、今年地元のテレビを使って、テレビの公開講座を延べ5回か6回にわたって日曜日に放映した。

青木

○ICSIDという世界的な連合組織で、特定の地域の問題を全世界のデザイナーが集まって解決策を提案しようではないかというプログラムを持っていた。デザインワークショップは、それをひとつのベースとして展開しようと、

デザインイヤーのときに企画した経緯がある。その時にちょうど富山ではICSIDの本体を入れられるというかたちでワークショップを展開し、デザインの分野にもある程度組織的に取り組もうという対応をした。

そういう中で、これはグラフィックデザインのプロデューサーの河北さんが開発していった、福井でやった一つの発見をしていく「宝探し」のプロジェクトがあった。宝探しみたいな問題を市民参加型でデザインを一人ひとりが気づいていこうということをプログラムとしてやったワークショップである。そういう一つのタイプが生まれてきたということと、それからものづくりのワークショップは相変わらずある。もう一つは地域の問題を総合的に考えていこうという山梨県のお取り組みのタイプ、こういう三つぐらいのタイプが実はできてきたのではないか。

- 山下さんのところが中心でやられたワークショップは、従来は比較的狭い範囲で、いわゆる専門家の方々が集まってたとえば水をテーマとして考えようというようなところだった。これをかなり拡大させていった過程で、市民レベルとの接触がかなり明確に出てきたあたりが、今年やって面白かったテーマではないか。市民にダイレクトにぶつけることをした時に、クラフトのほうもオープンデーというかたちで積極的にしたが、何らかの共感的ドライブが起こっていった。
- プラン・ドゥ・Cといっても、Cの部分を開発していくためには、座学的な意味での教養講座的なものではないものではないかということが見えてきた。つまり一つのプロの仕事を的確にまちの中に突っ込んでいった場合に、面白い共感が得られて、すばらしい教育効果が生まれることがなんとなく見えてはきた。

以上

第3回デザイン創造支援拠点研究会 検討要旨

日 時： 平成4年12月22日（火）14：30～
場 所： 富山県高岡市 富山インダストリアル・デザインセンター 他
検討内容等： 富山IDCの活動状況等についての報告および意見交換

出席者：

[コメンテーター]

(株)平野デザイン設計 代表取締役社長 平野哲行

[自治体研究委員]

旭川市経済局商工部工業課産業デザイン係 大西忠行

仙台市経済局商工部商工振興課主査 岩澤克輔

山梨県商工労働部商業振興課 仲田道弘

横浜市経済局産業振興課商業振興係長 鈴木基久

静岡県中小企業総合指導センター主幹 川合和彦

富山インダストリアル・デザインセンター事務局長 山下澄男

愛知県商工部商業貿易課課長補佐 山本敏子

京都府商工部染職工芸課長 辻本泰弘

北九州市経済局産業振興部工業課 梅野幸春

(財)日本産業デザイン振興会 プロジェクト推進部長 青木史郎

同 部 國井光枝

[富山デザインセンターの2本柱]

- 非常に基本的なところでの経営戦略としてのデザイン投資を理解してもらうと。
- グローバルに世界に向けてデザイン情報の発信をしていく富山を作っていく。

[インダストリアル・デザインセンターの設置(昭和58年)]

- 地方にハイテク産業を導入し育成するというテクノポリス構想が通産省から出された。
- ハイテク産業の育成・導入というテクノポリスの計画でありながら、そこにデザインを取り込んでいったことが富山県の特徴として通産省に認められた。

[技術開発財団の拠点づくり(昭和59年)]

- テクノポリス法に指定されているいくつかの事業を始める。計画のなかに位置づけられたデザインセンターも、昭和60年にはオープンしたいということで、以前の商工振興課、商工労働部内で基本構想をつくって知事に上げていった。年に2回、トータル4回、知事の出席のもとでデザインに対する意見を聞いていった。

[富山IDCの仕事]

- イベントを中心にしてデザインの啓発・普及をやるべきだというもの、**地場産業に密着して企業の役に立つデザイン振興**という2つの視点から取り組む。
- 経営者に「デザインとは何か」をもっと知ってもらう必要があるので、「ハードなし、ソフト重視」の方向で動き出した。
プロのデザイナーに手伝っていただいて企業に出掛けていき、商品開発にデザイナーが参加すればどうなるかを実際に行った。
- デザインセンターの所長名で**企業とデザイン共同開発契約を結ぶ**。どのようなアイテムを、どの期間するかということ、そしてそれに要する経費について契約書を取り交わし、プロをその企業に派遣して商品のデザイン開発をしていく。
- 工業所有権等については企業の申請に基づいて行われている。企業が所有権の申請を行う分においては、IDセンターはいっさい口出しをしない。その代わりに、**デザイン料として1アイテムいくらかを負担してほしい**というやり方になっている。
- 基本の考え方として、デザインを理解してもらう人を一人でも増やしていく。
企業戦略として、**デザイン投資が絶対に必要だ**ということを知ってもらう

ことを一番大きな仕事として取り組んでいる。

[組織]

- 女性が2名のうち、1人はアルバイト、1人はデザイン協会の職員を兼ねている。

所長は月に3日ないし4日、必要に応じて来ていただくようになっている。また、総務部長は技術開発財団の企画部長が兼務しており、実際に事務所に詰めているのはデザイン部長だけである。デザイン部長はクラフトのデザイナーだが、あとはみな素人であり、このデザインセンターではデザイン行為はいっさいやっていない。

情報誌にもあるように、シンボルマークをつくってほしいという依頼などいろいろあるが、そうしたものは県内のデザイナーを紹介したり、斡旋したりしている。したがって、デザイナーのいないデザインセンターだと考えていただいていいと思う。

- アンテナを張りめぐらして人のネットワークをつくっているが、その根っこにはナイトフォーラムの考えがある。いろいろな人とコミュニケーションをすることで、デザイナー自らも教えられ、同時に、デザインの側の考え方を知ってもらう手立てとなるという考えが、ナイトフォーラムを始めるきっかけであった。

- 平野所長の考え方の一つに、できるだけグローバルにものを考えていこう、日本は東京や京都だけではないということがあった。海外の人が日本に来れば、東京であったり、京都であったりすることと同じ意識で、富山に来てもらう。デザインの一つの拠点として、日本の富山を国際的に発信していくことを何らかのかたちで行ってきた。

[今後の計画]

- 頭脳立地計画が通産省の施策としてあるが、そのなかで総合デザインセンター構想が位置づけられている。将来は、インダストリアル・デザインセンターを発展的に解消し、総合デザインセンターとして整備していく。

これまではハードは要らない、ソフト重視、そのうちにハードの要求がでてきたところで整備すべき機能を考え、理想的なものをつくっていこうという考えのもとに進めている。

次のステップとして、総合デザインセンターをどう展開していくかが、ここ1、2年の課題である。

《以下、討論部》

青木

○いま、いくつかの問題が出ているが、大きく二つに分けて討論を進めたい。一つは、デザインセンターをつくってきたなかにあるいろいろな問題をどう考えていくか。もう一つは、基礎づくりから総合へと飛んでいくときの問題である。

この研究会はどちらかといえば、総合的デザインの問題はいったい何かというところに基準がいており、後半の話が主体だ。しかし、前半の部分の、基礎工事とはいったい何だったのかということ、もう一度考えてみたい。

○まず、デザインセンターをつくろう、テクノポリスからデザインへ、ということ自体が、かなり斬新な考え方であった。しかし、問題になる部分の一つとしては、外部所長を必要としたということである。デザインセンターの所長にはどのような機能があるのかということ、をまずうかがいたい。

山下

○最初は、自分たちの地域内だけで委員会をつくり、所長も県のOBなどを据えるという発想で基本構想を持ち上げた。しかし、そこで知事の“待った”がかかったことは非常にありがたかったし、それが今日につながっている。

○県内のメンバーだけでデザインセンターを運営しては、まずできなかったことだと思う。平野先生は、通産省の手伝いでいろいろな地場産業との関わりもあり、体験しておられるので、地場産業との付き合い方もよくご存じであった。また、ソフト重視でいくという考え方も間違っていなかった。このデザインセンターができるまでの予算は、300万円足らずであった。6800万円の予算がついたということは画期的なことである。地元だけでつくったデザインセンターであれば、こうはいかなかったと思う。

○所長を外から迎えて、デザインセンターを運営していくとなると、役所からはみ出していかなければ平野所長の思いはかなわない。その辺のバリアーを取り払うためにも、外部から所長を迎えたことは非常に大きかった。

青木

○デザインが一種見えないという部分、それからある種の思想を背負っているということで、ほかの方が所長をやっていたとすれば、もっと変わっていただろう。だれがいいとか悪いという問題ではなく、計画をしていく段階でだれをキャストイングしていくかに、かなり左右されるという問題がある。

○静岡でも鴨志田さんを所長に迎えているがなにか意図があったのか。

川合

○外から民間の新鮮な人や第一線で活躍しているデザイナーの意見を取り入れていこうということがあった。しかし、対外的にいま一つおとなしく見えるのは、その昔、試験場に在席していて、役所の内情もご存じだということ、これは言っただけいけないことだとセーブされてしまう部分があるからだろう。

- 青木
- 要は、デザインとはある意味で横断的であり、従来の枠に収まらないものだ。そうしたところから、枠を脱する機能をデザインに与えたいということであれば、枠のなかがよくわかっている人間だけではどうにもならないという問題がある。したがって、外から持ってくるという機能、もう一つは、持ってきた人に、平野先生の思想を忠実にフォローしていこうとする思想があった。
 - つまり、富山のデザインセンターは、人によってできていて、人によって左右されている。役所作文でできたものとはかなり違った側面があるが、その辺で注目したいのは、顔の機能と、顔をうまく使っていくところでの問題が大きくあるということだ。
- 平野
- デザインは、何かをやらない限り見えない。デザインセンターの形式としていくつかあると思うが、たとえば見えないものを見せる手法だと考えれば、ハードではなくてソフトということだろう。とにかく、バベルの塔のようなデザインセンターをつくってしまえば、デザインセンターは見えてくるが、デザインは見えない。また、イベントをやることによって、これがデザイン活動だということを見せても、企業にはデザインが見えてこない。
- 青木
- 中小企業振興の部分だけを見ていては、300万の予算が500万円になるのが精一杯だろう。それが6800万円になったという切り替えは、そのような位置づけがあったからだろう。
- 山下
- 所長に平野さんを迎えるというときに、組織機構はどうして、どのような事業を展開していけばいいのかということで詰めていくと、それだけの事業費になったということだろう。
- 青木
- それは財団のほうのデザイン振興事業というかたちでやっていき、それに対して県補助と基金果実の運用で、あとは自主財源で運用するということだろうか。
- 山下
- そうだ。昭和63年のときは技術開発財団に出向を命ずるということだった。技術開発財団の企画部長兼デザインセンターの総務部長として出向させられた。そのときははっきり、技術開発財団に身分があったが、こちらに戻ってくると財団の身分はない。
 - 技術センターの仕事はルーチンでまとめが多く、三つの研究所に分散しているものの連絡調整が主体だから、2割か3割しかやっていない。ことしはイベントもあつたりしたが、リカレント教育の文部省指定を受けているので、種々の研修を引き受けている。これが10月、11月、1月とあるが、そうしたものが次々に舞い込んでくる。財団との仕事の比重は同じぐらいか。

- 青木 ○ディテールに入って初めて位置づけがわかったが、いずれにしても県費の補助をデザイン振興事業として出すとしても、それに対して管理費をつけるのは、かなりのことだ。
- 山下 ○財団といえば普通は基本財産があって、それに管理費が出てくるはずである。しかし、この技術開発財団では基本財産は100万円しかない。したがって、人件費等はいっさい基本財産から出てこない。しかし、30億円の基金のうちの6割ぐらいは、テクノポリスをやるということで国庫が入っている。
- 青木 ○いずれにしても、基金を積んでアリバイをつくり、テクノポリスからの流れをつくるということで、一つの予算体系と組織体系をつくったが、それに対して管理費がついている。
- 人でつくっていくデザインセンターだということが非常にはっきりしている。事業をつくっていくというよりも、理解する人をつくり、賛同する人をつくることをやってきたなかで、いろいろな網の目が自然にでき上がっていった。そうすると、当然そこには事業という概念ができ上がっていくが、ソフトのソフトから入っていくアプローチをなさっているのではないか。
- その辺が富山を考えるうえでの大きなポイントではと思うが、デザインを理解する人を一人でも増やしていくとか、デザインに関心のある人に集まってもらうことで、機会づくり、人づくりを基にしていったことが、ベースの設計として非常にユニークなものになっていった事例ではないだろうか。
- 川合 ○私どもでも月に2回、中小企業総合センターのなかのデザインセンターで「人に出会うサロン」をやっている。だいたい20人から30人ぐらいの規模だが、それは自由にできるのではないか。
- われわれも中小企業センターの所長は外部から招いていて、同じような効果があったと思う。ただ、まったく私どもの機構だから、課長になり、部長にはなれるが、所長にはなれないということで、この先どうしていくかという問題はありますが、役所でもそれぐらいのことはできるのではないだろうか。
- 山下 ○研修で土日を使おうとすると、管理上問題があると言ってなかなか使わせてくれない。これから県や市のいろいろなことをやっていくときは、完全に土曜日が休みになってしまうと、人は集まりやすくなるとしても、ますますいろいろな制約が出てくるだろう。
- 青木 ○デザインセンターの基本点は、高いところから低いところに技術を流すということでの体系があるのではなく、基本的にはワークショップの形態であったり、異業種交流の共同開発の補助金のようなスタイルであったり、そうしたことをベースにしていくのではないか。その意味で、京都の新和風のタイ

ブが一つ原型となるのではないか。

- 辻本
- 新和風とは、新しい感覚の和風商品の開発である。異なった専門ジャンルの方々に集まっていただいて、一つの生活空間を提案していこうということで5年ほどやっている。毎年、企業を公募しているが、18企業から始めて現在は30企業になっている。希望すれば入れるのではなく、ジャンルが重なると、みんなの合意のもとで排除していく。毎年2、3社しか増えていかないが、ことし5年目にして、そのなかから協同組合ができて春にオープンする。また、イタリアと提携した家具会社がつできていて、残ったメンバーで株式会社づくりをやっている。これで終わろうと思っているのだが、デザインの領域が広がって何でもデザインと言っているのが、どこまでやっていいのかわからない、5年ぐらいでいいのではないか。
- 青木
- これを一つのデザイン事業だととらえた場合に、非常に面白いタイプを開発されているのではないか。
 - 富山では最初、まったくマインドがないので80箇所を歩いたということだが、歩くこと自体でプロモーションが始まっているが、将来的には、そうしたことが構想できるのではないか。
- 山下
- 株式会社だが、地場産業高度化事業で行っている。漆器の組合で新しい技術ということでやっている。漆器はどちらかといえば小振りのものが多いが、大きなテーブルやドアなどで商品展開をやろうとしている。テクノ同盟のインキュベーターの人たちが4社集まって、一つの企業をつくって取り組んでいる。
- 青木
- 協同組合もそうしたことだと思うが、それぞれの会社が消えてしまうということではなくて、ある種のまとまりの仕方をつくっていくことが、一つのプロセスのなかで出てくるのではないだろうか。そのなかで、それぞれのデザインがよくなったということを結論とするのではなくて、そこに何らかの手がないだろうか。
- 平野
- 各市町村、県でそれなりの仕掛けをうまくデザインしていくことが課題である。それを、その地域でいちばんなじむ方法でやることだと思う。そして、そこからたねをまけるような機能をつくっていくことが重要だと思う。
- 青木
- 自主的に何かに取り組める元気を出すことが最終目的だと思う。そのために、デザインの角度からいったい何ができるのか、という仕掛けの問題ではないか。もともと価値が違っているものを合わせることが、まず元気のもとだろう。

そこでお互いに、ある言葉をつくっていくプロセスをサポートしていけばいいということころまでは、異業種交流の問題としてもある。それをもう一つ違うもの、たとえばビジネスチャンスなどに転化するところまで長期的に見れば、もう少し違う展開ができるのではないか。

山下 ○異業種交流と言われ始めて古いが、同じ人たちが毎月の定例会のように集まっていくこと自体が非常に負担になって、出て行くことに対してマイナス思考になっているところがある。メンバーを固定してしまうと、続けていくこと自体が難しくなってくる。

青木 ○ナイトフォーラムのような会を組織しているが、これは何かに利用できるだろうとか、このプロジェクトをここでやらせようというような意識なしにやっているようである。

山下 ○参加している人たちは、義務感のようなことで来ている人が多いと思う。だから、そこに行くことが楽しいと思えるような中身をどうつくっていくか。

平野 ○みんなが主役というような会は、今回が初めてではないだろうか。いつも集まる目的があるだろう。

山下 ○確かに一つの目的を持ってグループで新しいものをつくっていくということは、ケーススタディ的にはいろいろなものができていると思う。
○組合をつくるころまで交流が本当に深化していくグループは、どうすればできるのかということでは、いくらお膳立てしてみたところで難しい面がある。したがって、あまり深入りしないで、面白ければ長い付き合いをなさいというやり方に徹していこうとしている。
団地などでは、若い人たちだけで新しい商品開発をしたが、最初は何十人が集まってきてもどんどん脱落していく。それはそれでいいから、最後まで残った人だけでやり通そうというかたちになっている。ある程度の脱落者が出て、そこは目をつむって、交流の仕掛けをしていかなければならないだろう。

青木 ○話は飛ぶが、リカレント問題をどうするかということだ。私としては事業をつくらなければならない。結局、プレゼンテーションの問題をやる人材をつくっていこうと考えている。
そうしたことを少しずつ考えながら、小型のパッケージをつくって何日間コースのようなものを開発していこうと思っている。それを一つのパッケージにして、さまざまな地域やいろいろなセンターで活用してもらえるような仕組みをつくりたい。
これをどう位置づけるかということだ。確かに人材育成ではあるが、ナイト

フォーラム的な意味での自己啓発型とは違うタイプのものを持たなければならないのではないか。

ただ、いろいろな地域の状況を見てみると、この事業は当たっているというか、ニーズが高い事業である。特にコンピュータ研修と称するデザイン研修、コンピュータを使ったデザイン研修に関してはかなりニーズが高いので、この辺は無視できないだろう。その辺の導入については、どうお考えになったのか。

山下

○いろいろな人と付き合っていくなかで試みにCGの研修を2日間ほどやってみると、けっこう反応が大きかった。

実際に人に教えられるぐらいにマスターしている人は、現場では、初めての人に教えている暇がない。コンピュータの導入コストは高いわけだから、使える人はどんどん使っていくことになる。

そうすると、後から入った人は教えてもらえない。だから、企業がそうした先輩になり代わって基本的なところを研修として実施していけば、企業の受け入れにもなろうし、若い人の人材育成にもなるのではないか。それだけ魅力あるカリキュラムにしなければならないが、そうしなければ人は集まってこないだろう。

平野

○うちの企業でも、いま入ってきている人間と20代後半の人間は、だれかがやっているものを奪おうとか、技術を盗もうというようなことはまったく見当たらない。だからこそこれが重要。

デザイナーの役割を改めてちゃんと言わなければ、デザイナーたちは、たとえばいまやっているグラフィックのデザインで、自分はグラフィック・デザイナーだと思っているものしか絶対に目にしない。

○いまは東工大でエンジニアたちにデザインを教えている。商品開発の流れとかデザインとのつながり、あるいはマーケティングの流れなど、物に興味を持てば自然に学べるようなことを、改めて言って初めて、なるほどと言う。

○本来、学校で教えてきた形態が、自分で何かを発想し、奪って何かを出していくというかたちではない。このようにやるのが創造だと言われて初めて、なるほど、創造とはこういうものかと思う。下手をすると、マニュアルはないかというデザイナーもいるぐらいだ。

したがって、ある意味で座学にすることというのは、そうしたところで引き出しをつくってやるということだと思う。

青木

○設備投資、人員の投資を迫られる側ということで、われわれとしては少し痛いところだ。これはデザインセンターの仕事なのかという思いもある。

デザインセンター、イコールある意味のリカレントセンター的な発想ができなくもないと思う。

- 仲田 ○そうした事業を、技術センターでやってみてはどうだろうか。うちの場合はジュエリーのデザイン学校を十何年前につくっているが、実際に出てもペーパーデザインができない。だから、行政では昔から技術センターのデザイン部でデザイン教育を10日なり20日なりやってきているし、デザインセンターでも引き続きやっている。
- 青木 ○つまり、行政でやる仕事の大きなものとしては、ビジョンを提示するなど大きな機能があると思う。そうしたなかでいちばん行政らしい仕事としては人づくりだと言われる面がある。しかし、効率は悪い。
- 山下 ○青木部長が言うように、それだけのハード設備をしている研修所がない。したがって、どこかにある程度サポートしてもらわなければならないのではないか。
- 青木 ○ハードがつけば、そこに人員2人は食われるだろう。その人件費まで被さってくると、大変なことだ。公的機関がつくるある種のデザインセンターには、啓蒙的要素とか旗振りの要素などいろいろな要素があるとしても、人材育成にかなり注力しなければいけないのかと考える。
- 仲田 ○山梨県デザインセンターでは、コンピュータのCGのなかから途中採用した人など、2、3人はCGを教えられるレベルになっているので、人件費の問題にはならない。最初に設備を入れたときも二次元、三次元でそれを使ってやっているのだから、その辺は行政のデザインセンターとしては、すんなりなじむ事業ではないか。
- しかし、逆に先ほどのソフト事業となるとこれからの課題である。基礎づくりを最初のワークショップの段階でやってきているが、そちらがデザインセンターのなかになかなか入っていかなくて、大変だという気がしている。
- 山本 ○私どもではデザイン講座を昭和30何年ごろから延々とやっているが、いまでもぜんぜん予算が増えない。予算的には7回分ぐらいあるが、これを何とか体質改善して切り替えていきたい。タダでやっていること自体がおかしいので、300円でも取ってやってはどうかと言う。それでは手間代がとんでもないことになるので、300円取るぐらいなら無料でいいと言っている。そのような発想である。
- われわれの場合は、場所も、部屋もあるので、カリキュラムを組んで年間どれぐらいと決めてやったほうがいいのではないかと。そして、最後に修了証書を渡すような形式がいいと考えている。
- 展示会でCGをやったときは開闢以来の人が入っているので、CGは一つの

流行スタイルだとすると、下手に機械を入れてしまってもいけないだろうし、それはやめたほうがいだろう。しかし場所はあるので、どこかにやらせることもあるかもしれない。マネジメントのようなことで、講座の年間カリキュラムなどが組んでいければ、ある程度は体質改善ができるのではないか。

青木 ○行政がやるデザインセンターとしては、リカレントの体系化はなじむ要素があるということだろうか。

山本 ○それこそマニュアルを示していただきたい。

川合 ○最初にコンピュータを導入したときは1人1台というかたちでCGを1台つけた。CADで設計したものが全部CGでデータを渡せるというシステムである。

研修はやっているが、主に担当するのが1人になっていて、最初の年は年間100人を対象にしてやってきた。基本操作を、これまでコンピュータをまったくいじったことのない人も対象にしてきた。しかし、毎週同じことを繰り返していると、教えるほうが面白くなってきて、完全にインストラクターになってしまった。そこで、2年目は少し質を高めようということで、パソコン程度はいじったことのある人に対象を絞ってきているが、それでも一定レベル以上の開発まではなかなか踏み込めない状況である。

青木 ○共同研究型のワークショップを仕立てることは、世間的には無理だということだろうか。

川合 ○難しいだろう。

青木 ○そうすると、インストラクターの研修会ということになるのだろうか。

川合 余程期間をたっぷりとして、予算も付けてやっていかなければ、かなり難しいと思う。経費もかなりかかることだから、多少でも付加価値の高い作業をしたいと考えると、そうした基本的な研修でいいのか、もっと応用的な成功事例を開発していくことがいいのかという問題点も出てくる。

青木 ○この問題は私自身が非常に頭の痛い問題だ。そうした苦しみも吐露したほうがいいのではないか。

川合 ○産デ振で考えているリカレントなるものは、コンピュータを入れたものか。

青木 ○実は企業体効果で戸惑っている部分としてコンピュータ関係がある。リカレントをやれということは、一つにはデザイナー問題をどうするかということ、

もう一つは、通関領域のデザイナーがかなり多く登場してきているという問題がある。たとえばアメリカと日本の文化交流を通じて何かを生み出そうとしている人たちなど、従来のプロダクトタイプではないデザイナーが、今後は必要になってくるだろう。

デザインはどんどん新領域を生んでいくので、その問題をどう認知していくかだ。

それから旧来領域のデザイナー、グラフィック・デザイナーはここだと自分でポジショニングをした場合に、横に広がっていかないという性格を、どう突破するかという問題もあろう。

- そしてもう一つは、特に地域の中堅企業ではデザイナーを雇用するよりも、デザインのマネジメントができる人材を配置することが正しいということがある。そうすると、企業にいる技術部長等々に、デザイン教育をやったほうが早い。しかし、このプログラミングがないという問題がある。そうしたことについて、これはわれわれがオペレーションする問題ではないと考えているが、地域のデザインセンターなり、中小企業指導センター等に提供し得るようなひな型ができないかという考え方である。

その場合にもう一つ出てきたのがコンピュータ技術の問題と、少なくともプレゼンテーションの問題とどう絡むのかということから、コンピュータの問題が出てきた。

山下

- マネジメントの話で感じたことを話したい。ここに短大があって、デザイナーの卵が年間9割は地場に就職している。

しかし、デザイン室があり、デザイン・セクションがあり、デザイン・マネジメントができるヘッドがいて、仕事を出してもらえる環境はほとんどない。

雑用係で終始している。結局、それをマネジメントする人材がいない。

したがって、デザイン・マネジメントを技術屋にレクチャーする機会があれば、そうした企業にとっては非常に有効ではないか。

青木

- 中小企業を調査してみて、意外にデザイナーの雇用率が高いことがわかったのだが、そのデザイナーはいったい何をやっているのか。その人が習得しなければならない技術の問題と、その人間を管理しなければならない人の問題と、この二つによって雑用係になっているのではないか。

そして、雑用係を2、3年やらせたら辞めてしまったということ、また新人を雇用するということの繰り返しではないだろうか。そこにくさびを打ちたいと思うが、そこでは費用対効果、投資効果が弱い……。

平野

- そちらで利益を上げてコンピュータのほうに投資するといいたろう。

いまの話には二つあって、一つはデザイナーズ・マネジメントであり、もう一つはデザインを企業戦略にしていく方法というデザイン・マネジメントで

ある。経営者サイドに教えることは、デザインを経営戦略のなかにどう位置づけるかだ。企業のなかでも同じように、デザインをどこに位置づけるかということで、非常に大きくデザインの効果が変わってくることがある。

そうしたことも、いまのリカレントの話のなかにあるのではないか。課長クラスに対しては、デザイナーをどう使うかということであり、企業内に勤めたデザイナーたちには、企業のなかでデザインをどう展開していくかというセルフ・マネジメントのプログラムがある。

したがって、CGのほうは確かにハード等いろいろあろうが、思想教育とか引き出しづくりはやりやすいのではないだろうか。

- たとえばアメリカの場合は、プラクティカル・トレーニングといって、自分が社会でプロとしていけるためには何をしなければいけないか、学校で教えている。たとえば法律的にはどうかとか、契約の方法はどうか、料金体系はどう考えるべきかということまで教える学校がある。

しかし、日本にはそれがなかなかない。要するに、デザイン技能だけしか教えないところの一つの問題があるから、その両方をやっつけていかなければならないだろう。社会のなかにデザインをどう根づかせるかが、大きなターニングポイントになるのではないか。

青木

- きょうの議論の後半の問題としては、リカレントの問題がかなり大きなウエートを占めるのではないかということだった。

総合的デザインセンターへという部分で、いろいろな分野でのデザインをどう総合的に活用していけばいいかということがあろう。これまでとは違う視点が必要ではないかと思うが、特に市民教育の問題と産業の問題については、デザインが架け橋になっていきと言いつつしまえばいいのだろうが、そこに意外に手法がないという問題があるようだ。

次回は、特にこうした問題について集中討論をしていきたいと考えている。

山下

- 本日は、熱心にいろいろ討論いただいてありがとうございます。時間が足りなかったかと思うが、このあと、実際にデザインのインキュベーターがどうなっているのかご覧いただきたい。富山には潜在力がありそうだと、はだで感じていただけるのではないだろうか。

以上

第4回「デザイン創造支援拠点研究会」検討要旨

- 日 時： 平成5年3月17日（水）14：00～17：00
- 場 所： [財]日本産業デザイン振興会 会議室
- 検討内容等： 1. 「デザイン奨励審議会」における検討方向について
（事務局報告）
2. 総合政策としてのデザインの可能性について
・産業—生活—環境を結ぶ総合政策の可能性について
「旭川デザイン振興ビジョン」を例示
3. 来年度研究会の方向性について

出席者：

[自治体研究委員]

仙台市経済局商工部商工振興課	主幹	佐藤信夫
同	主査	岩澤克輔
山梨県商工労働部商業振興課		仲田道弘
山梨県デザインセンター		浅川光臣
横浜市経済局産業振興課商業振興	係長	鈴木基久
静岡県中小企業総合指導センター	主幹	川合和彦
富山インダストリアル・デザインセンター	事務局長	山下澄男
愛知県商工部商業貿易課	課長補佐（デザイン）	山本敏子
名古屋市経済局観光貿易課（産業デザイン振興）	主幹	斎藤圭三
京都府商工部染職・工芸課	主任	中田昭博
大阪府商工部ソフト産業振興課		草薙勝之
北九州市経済局産業振興部工業課		梅野幸春
九州通商産業局商工部生活産業課課長補佐		松浦良子
(財)日本産業デザイン振興会		村野啓一郎
	理事長	
	専務理事	高薙 昭
	プロジェクト推進部長	青木史郎

- 今日、旭川市でまとめた「旭川産業デザイン振興ビジョン」がある。これをひとつの素材としてフリーディスカッションにしていきたい。
その後は、来年度の方向性についてデザイン奨励審議会の流れを受けたかたちの展開が必要かと考えているので、そのへんについて極めてアバウトな問題を投げかけたい。
- デザイン奨励審議会でどのようなことが検討されているかについて話したい。
2番目に大きな課題の「総合施策としてのデザインの可能性について」で、本日欠席であるが、旭川市が「デザイン振興ビジョン」を詰めた。旭川市には了承をいただいたので、ひとつのたたき台としてこれを討論してみたい。
- まず、現在開いているデザインの奨励審議会の経緯を報告したい。通産省検査デザイン行政室で行っているが、ここで地域の問題、デザインセンターの問題もひとつの大きな重要な課題として認識され、討論が続いている。特に**地域の問題**について自治体の役割が極めて重要になってきているという認識が非常に高まっており、デザイン振興の主役は自治体ではないのだろうかというレベルの論議もされている。
- 自治体の役割は産業、社会資本の整備、住民の創造性、生きがいの問題等、課題がたくさんあり、さらに、生活価値、社会価値の創出の問題を行っていくわけであるから、ますます重要になるのではないか。もうひとつ、具体的な手法としてどうなのかという問題である。つまり**地域のアイデンティティ**の形成を目指してさまざまな課題を解決していくためにはデザイン・マネージメントの概念、デザインを行政から使っていくという視点からのひとつの**概念形成の必要性や、方法論の形成が必要であろう**という発言も出ている。行政マンや具体的にデザインを担当する人、そういうマネージャーなどに特別な資質が要求される。そういうものを何らかのかたちで**人材育成のシステム**を考えていかなければならない。つまり運営者自体の問題が問われるのではないか。これは単に自治体、デザインセンターという問題のみではなく、中小企業の関連も当然含んでくる。人材の育成の仕組みの問題を総合的に考える時期に来ているだろう。
- もうひとつの問題は、社会価値の開発、産業、社会資本の充実、住民の生きがいなどの問題を総合的に活性化していく。特に社会資本の整備についてはデザインの側からも、より積極的に取り組むべきではないか。
- 産業と地域資産、社会資本と住民の三つを結んでいくとするならば、そこに何らかの新しいタイプのプロジェクトが必要なのだろうとは論議されている。
- あとは国際問題、デザイナー問題、中小企業問題、産業問題、それから新領域と言われる生活価値、社会価値、アイデンティティの問題をどうするかを並行して書いていくが、その中で**地域の振興の問題を非常に重要課題として取り組むべきだ**という論調になるのではないか。
- 生活領域のデザインの問題、あるいは環境行政の中でのデザインの問題はそれぞれには**取り組みがある**と考えられるが、問題となるのはリレーが悪いと

いう話だと思われる。

- この問題が研究会で最後まで続いていく話であろうが、そこでは一つの例として旭川市がワークショップのかたちである。比較的ハンドリングのよいタイプの市行政であることからの問題化であるが、**産業と生活と環境の問題を総合的にプロデュースしていく仕組みとしてのデザイン産業ビジョンをまとめた経緯**である。ワーキング・グループのレベルとしてはバーバーができた、ある種の概念を必死で言おうと考えられるので、これをひとつの前提として討論を進めたらより効果的になるのではないかと考えている。
- システム構築を具体的に図る方法は、旭川にはかなり関連する企業を持った諸研究所等があり、それらとの関連をどうするか。まず産業分野について何が**あるか**であるが、産業デザインをコーディネートする仕事で、これは外からということと考えられている。
- 具体的には、地域の企業がそれぞれデザインをしていくが、それをサポートする機能が求められるとすれば、**デザインの導入促進、人材の育成、ノウハウ提供の問題が重要になる**のではないか。このようなところからデザインのコーディネート、人材の育成、マーケティングデザイン導入コンセプト等々のサポート。このような機能がシステムとして重要になるのではないか。
- デザインオフィスよりも**デザイン・コーディネーターオフィス**を想定すること。それから企業において、特に中小企業が旭川には多く、しかもかなりいろいろな分野にわたっているという特殊性がある。そうしたことから、デザインのマネジメントが企業内でできるような人材の育成を主力にやるべきではないかとも述べられている。
- 次は地域の問題であるが、**地域そのものへのデザインの導入を目的とした開発機能**である。これは現状把握とここで述べられているが、ハードウェアとソフトウェアがあつてということが考えられる。ソフトウェアはソフトウェアで地域のイメージなどはそれなりに進展する。一方ハードウェアは器ものであるから、どんどん進展する。その調整がうまくいっていないことが指摘されている。
ここではグラウンドデザイン、パブリックデザイン、エレメントそれぞれのレベルに、ソフトとハードを関連づけながら、実施していくべきであるというビジョンである。
以上のとおり、従来、建築と建築行政、都市行政との縄張りがあり、なかなかうまくいかなかったレベルではある。
- 3番目の問題は**市民生活へのデザイン導入による豊かな地域生活文化の創造**である。これを詰めていくことが今後の研究課題である。この研究会の中でも市民に対するデザインは一体何なのかが再三問題提起をされながらも、何だかよくわからないままにきている。デザイン・ミュージアムの問題はかなり大きなテーマではないか。これは現状把握の中で最も基本となる分野であるが、方法論は全く確立していないと言ってよい。

しかし、市民の方々の理解力を増していくプログラムは今日の段階でかなり設計できそうであるということは、見えてきているのではないか。それを行政の側でどのように引き取っていけばいいのか、見えないという問題である。産業活動、地域全体の活動とどのようにリンケージさせるかもまた見えていないという分野である。

- この問題で非常にユニークだと考えられるのは、デザイン教育の問題を地域のレベルで考え直せるのではないかという視点である。これは大学の地域社会に対する機能としてあり得るのではないか。また効果的な活動として、市民参加のものづくりも、何か意味があるらしいと見えてきたか。
- 地域生活文化とデザインに対する基本的研究では、福井の「宝探し運動」に見るように、リソース発見、データベース化という話の問題、それから体験的学習の問題、あるいは学校教育におけるデザイン教育の問題、たぶんこのあたりがひとつの大きなキーになるのではないか。
- なお旭川の場合には、先ほど言ったように30万ぐらいの都市であり、しかも盆地形成をしていることから、比較的ロケーションが見やすいことと、北北海道全体に対する経済圏の中心地であること、荒廃地を含めて70万ぐらいの人口であることは行政的にもいろいろな意味でまとまりがいい。極めてたくさんの施設をアイテムとして持っており、武器をたくさん持っているところの利点があると思われる。もうひとつは専門大学があること。これが極めておもしろいケースであろう。
- 立地によるひとつの産業活性化のかたちの実質デザインセンターが発足をすることが見えていることと、もうひとつは織田コレクションという家具のコレクションを中心としたミュージアム構想を、彼らは考えていると言う。デザインのツールとしては拠点をもつて2個持てるという、かなりラッキーな構造ではないか。それをあれぐらいの規模の都市の中で実現する可能性が出てくると、こういうかたちでの産業、地域、生活を結ぶひとつのネットワーキング型でのプロモーションが可能になってきた。

《以下、自由討論》

- 青木 ○デザインの行政、デザイン関連予算の話もあったが、理想論としてはこう書けるというあたりから以降の話をしていただければと思う。
- 斎藤 ○生活デザイン分野で旭川市もこのへんがご苦労なされたことと思う。ちょうどデザイン教育が私どももいま大切なことで、これを何とか小中学校ぐらいのレベルで手掛けていきたい。実は来年度、一般市民を対象にしたデザインガイドといったものをまとめていきたいと考えている。
- 名古屋市は16区の行政区があるが、そこに一つずつ公民館、名称としては社会教育センターと言っているが、年間、50講座ぐらいやっている。こういっ

たデザインスクールで、地元のデザイン団体等といろいろ相談し、講師の派遣をさせていただくということでは、それを少しずつ実現するように窓口の教育委員会の社会教育課と相談しながらやっている。将来的にはデザインセンターが実際のコーディネートをしながらやっていくことになるのか。来年度の予算の中ではそのようなことをは考えている。

- それぞれのネットワークを組み、具体的には自治体ではデータベースらしきものをかなり持っているので、それらを通産局が少し声をかけてみんなでネットワーク化を研究しようではないかという提案を何とかものにしていけるとよいのではないか。

青木

- この問題はいわゆる未着手問題で、名古屋市のような先覚的な自治体ではもはや取り組まれているという話であった。旭川でも、特に町づくりの話はわかりやすい絵本をつくるようなプロジェクトでやっていこうという話をしてきたが、効率の非常に悪い部分が残されており、このような部分に対して何をやっていけばいいかが少しずつ見えてきているのではないか。
- 通産局管内のネットワーク、特にデータベースはレベルが一定でないとか、いろいろな問題があるが、互換をしていくことによってファイン化されていくというレベルは十分あるのではないか。こういうことから何ができるかというあたりは今後の行政的な課題になっていくのではないか。

松浦

- 九州通産局で昨年11月に九州管内の全部の自治体、政令都市、デザイン振興団体等を含めて九州デザイン協議会をつくり、その中でどのような事業をやっていくか、中部通産局がネットワークを組むということであったが、私どもも九州内のネットワークを組もうではないかとデータベースについてもやれたらと検討している。

斎藤

- 来年度予算のからみで、初めて市の中でそれぞれの担当がつくったポスターの展示を行い、一般の市民の方に見ていただくこと、都心の場所を借り、先だって審査会を行った。その中で審査員の方から、担当者の取り組み方によってポスターそのものも差がかなり出るという感想があった。職員の間でも初めての試みで、これも続けてやってみようということであるが、職員がどのような反応を示すか、市民が市政ポスターをどのようにご覧になるか、一度やってみて、少しアンケートを取りながら感想などを聞きたいと思う。
- もうひとつ、私どもは名古屋市内を中心にして、美術館、博物館など、これは民間、公設を問わずに、要するにデザイン資産に関して、名古屋にお越しになった方への観光案内書的な意味合いで、アート散策図のようなマップを作ってみようかと。そのようなことを来年度の予算の中で新しく加えている。

青木

- 活動が非常に活発化されていると思うが、いろいろご意見を伺いたい。

斎藤 ○例えば愛知県はデザイナーバンクをつくっており、私どもも予算要求をした
ら蹴られた経験がある。例えば愛知県のデザイナーが富山県でとか、うまく
ネットワークができればそれぞれの商売範囲は広がっていくのではないだろ
うか。単にデザイナーだけのネットワークという意味ではなく、もう少し違
う意味でのネットワーク化ということだと思っているが。

佐藤 ○生活デザイン分野については、そのデザインの目指す価値の方向性はだれが
示すのが非常に難しい。エコないしは高齢化といったところではよくわか
るが、いったいだれが言い出すのかといった、まさに方法論が難しい。

○名古屋市をはじめ、名古屋博の成果で以前に行った時より町も非常にきれい
になり、デザイン教育はイベントといった一過性の教育ではなく、まさに町
全体がきれいになるということで、教育が継続的に行われることが重要では
ないか。

いったい生活文化の創造におけるデザイン導入という場合に、いったい何が
テーマなのかを、じっくり考えてみたい。

その中で私どもがまだ構想段階である秋保温泉にクラフトを集めた「秋保工
芸の里」がある。それを発展的に展開して新しい生活文化を創造するゾーン
としての拠点形成を図ろうかと考えている。

岩澤 ○2月16日にデザインフォーラムの計画づくりの勉強のためのシンポジウムの
なものを仙台市で開いたが、それまでずっとデザインセンターという言い方
には仙台は身構えてきたところがあり、抑えに抑えてきた。その2月にあつ
たシンポジウムで、公の場で仙台にもデザインセンターが必要なのではない
かという声が上がった。実は秋保の文化の里の構想をつくるための委員会
の中で、すでにデザインセンター的なものが必要ではないかと、そちらから先
に出て、混乱をしているところもある。

○町で生きていけなくなったクラフトマンたち、伝統的な工芸を何とか支えて
きた方々の逃げ込み場として、分譲型の里として工芸の里をつくった。全国
各地に伝統工芸の里のかたちで施設がつくられているが、そういうものとは
少し異質な、全くのコミュニティとして作り上げた。そこには工人さん
たちがいるだけで、中心となるセンターも置かず、周りに壁もない。閉園の
時間設定もない。つくられてから5年ほどたつが、なかなか芽を出してこ
ない。商売としては成り立っていつているが、そこに最も期待を寄せた、新
しいコミュニティができたから、こういう製品が生まれてきたという実例が
まだ一つも出てきていない。

○工芸プラス民俗プラス観光と、くっつければ何とかなりそうという材料を集
めての施設構想であるが、トランスレーションをする機能が必要ではないか。
そこにひとつは生活文化研究所という言い方をしているが、間の「のり」に

なるものを、機能としてつくらなくてはいけないだろう。それと併せて、新しくいろいろな潜在的にあるニーズを引き上げて、かたちをあらわにしていく開拓機能、一種の研究開発機能としてデザインセンター的なものが必要なのではないか。

青木

○やはり「のり」の問題であるが、「乗りがいい」の「のり」もあるのではないか。旭川の場合にも結局、接着剤でデザインを使ったほうがいいのではないかという発想である。いわゆる民俗系、クラフト系、観光系と下手にくっつけると見えてしまう話であるので、生活文化研究所とデザインセンターを「のり」にして、いわゆる「学術のり」と「乗りがいい」の「乗り」との二枚看板でくっつけるという話ではないか。

○方向性の問題が、デザインを使って地域の元気をつくることはある程度はできるらしい。その地域の元気という問題が活性化すればするほど、そこまではいいということがある。一方、地域の人たちの批判力が高まれば、デザインはかなり有効であるということは見えているのではないか。ただ、それを何を指すのかと言った途端に、よくわからなくなるという矛盾に常に突き当たる。生活領域に短絡した目的を設定するのはあまりよくないであろうと言いつつ、何か目的を設定しないと次の行動が出てこないという一種のジレンマに陥る。

だからこの系統なのか、あるいはそうした時に全然違う目的性、先ほどの文化の里など目的性を持って与えた時にふっと動く話であるのか、そこが見えないまま、われわれも終始している状況である。

佐藤

○仙台市の場合、財政力に任せて、いろいろな文化施設をつくっているが、要するに魂が入らないものばかりつくっている。短絡した目標設定のかたちで仙台市がデザインセンターづくりに行ったら、今の状況から言うとかかなり危ないのではないか。

山本

○10年ぐらい前に奥三河地方の設楽でデザイナーで村おこしをやれないかと奥三河土産物開発の研究会をつくった。その次長がその時に、旗を振って、われわれはいろいろなものをつくって土産物開発を行った。これでもかというくらいつくってやってみたが、何も残らなかった。しかし、今、考えてみれば、会議のつど、実物の模型をたくさんつくって行ったことで、裏山にある白樺の木を切ってこけしをつくったらどうなるかとか、そういうことが芽生えてきた。村の人が、ああ、なんだ、デザインとはこんなことかということがわかった。今や、われわれはデザインという切り口では何もタッチしていないが、村の人が一種デザイン的な考え方を持てるようになった。

○毎年デザインの土産物開発に関してデザイナーをつぎ込んでいろいろなことをやったにもかかわらず、結局、あまりものにはならなかったが、自分でデ

ザインするようになった人もいる。だからデザインセンターなどといういやらしいものはつukらないほうがいい。デザインセンターなどという名前のものを産業センターなどの隣りにつくってしまうと、一般の人には違和感があるのではないか。

- デザインは接着剤であるから、デザインをしているということを表に出すべきではない。デザインセンターは都会にあったほうがいいのであって、田舎にあることは抵抗があるのではないか。その地域の人にデザインマインドを持っていただくことのほうが大事で、ある程度、草の根的なことを行い、デザインはだれでも持っていることがわかってもらえれば、今度その人たちが商品開発をしたり、アクティブにやっていくような気がする。

青木

- 一種のキュレーターとしての、接着剤としてのデザインの問題が、せじ詰めれば社会教育での話になってしまうが、そういう要素が特に自治体にはかなり大きく要求されてくる。
またキュレーションなどの問題は、困っているところでやるとうまくいくが、困っていないところでやるとどこかへ行ってしまう。

鈴木

- 横浜市の新産業文化センターについては、生活デザインの関係でお話しさせていただきたい。
経済局はいろいろなビジョンをつくっているが、産業と地域と生活は常にキーワードで商業振興でも工業振興でも、すべてこのパターンで概念図は書かれる。この時の市民をどうとらえるかであるが、結果として豊かな生活ができればいいのではないかということではないだろうか。だからデザインで言えば産業振興の観点から産業デザインを振興する。都市美観を中心とした都市のデザインを考える。結果として豊かな生活がそこに実現されることが最も基本的な役目ではないか。こうした受け皿としての市民を考える一方、デザインに興味があり、意欲ある市民のニーズを受ける体制が取れるかどうか。
- 結局は、内部的には市民に対してどういうかわり方をすればいいかを考えていかなければいけないのではないか。生活デザイン分野をひとつのペーパーでもって整理することはちょっと難しいという感じを持った上でやっていると、送り側からの一方的なものを受け取るだけになる。生活者の心が豊かになるというところで行政に何ができるかは非常に難しい問題である。

仲田

- 去年、うちでデザイン公開講座をやった中で、「子育てのデザイン」とむりやりつけて、子育ての問題をやったが、その中で基本的価値観が喪失されている時代であり、これが多様化という言葉で置き換えられている。自分が主体を持ってなくて、時代に流されてしまっているから本当に豊かではないとの話があった。
- まず暮らす側の人がある程度、山梨に住むという宿命を認識してもらった上

でやっていかないと、要求がどんどんエスカレートする。生活者の心が豊かになるというところで行政に何ができるかは非常に難しい問題で、突き詰めていくと宗教になってしまう。

- 非常に忙しくて、時間がなくて、お金は少ないんだけど心は豊かだという人が結構おり、最近お付き合いをさせてもらっているジュエリーのデザイナーは年間50万円ももらってはいけなさと、自分で家を建てて自分で畑をやり、みそをつくり、しょうゆをつくりという生活で、非常に豊かに見える。そういう生活者にとっても自分のことに気がつくきっかけとしてのデザインの利用の仕方が、生活デザインの中の重要なポイントになってくるのではないか。

青木 ○意欲のある市民をつくる話であるが、これをデザインがかき回して、要求水準が上がった途端に行政に対する要求水準も上がるという話はどうであろうか。

鈴木 ○要求レベルが上がってきた時にどうするかは検討はされていないことであるが、基本的には場の提供とコーディネート機能なのかという気はする。

梅野 ○北九州市では工業化ということで市内企業の新製品開発や新分野開拓について、デザインの考え方を導入して振興している。

- デザインセンターについてはここ一、二年のうちにつくらなければという話で進んでいて、その前に、産業デザインの振興計画を今からつくってという作業を始めている。

○旭川の資料であるが、基本的に産業、地域、生活ということは、行政の今までの施策の中でそれぞれに振興策としてやっているが、改めてデザインをこういった中に導入しなければいけないのか。今までにしても産業は、例えば産業の振興ということでやっているし、地域にしても都市づくり、北九州の場合は都市美デザイン室があり、例えば工場が多くあるので工場の景観をよくしようとカラー・ルネッサンスという計画をつくり、いま進めている。生活におけるデザインうんぬんについて、産業、地域、生活、この三つの部分がどうリンクするのか、わからないところがある。

- この三つを突き詰めていけばリンクする部分とリンクしない部分があるのではないか。そのへんの見極めが必要なのではないか。基本的にはこの三つの形態で今まで施策として各自治体でもやられているのではないか。改めてデザインの考え方を導入するメリットについて疑問もある。

青木 ○いまの問題は本質論であろう。デザインをなぜデザインか、これは不明解な部分が常にある。地域の問題で言えば、産業と生活、すなわち経済行為と住むことがひとつの空間の中で完結するという考え方を取れば、これは行政そのものであろうという話がある。富山県でデザインのビジョンをつくっていた時に、中沖さんが県庁がデザインセンターだと言うしかないだろうとおっ

しゃったというが、そうなのか。

山下

- デザインセンターができる前であったと思うが、中沖知事がデザイナーの先生方に集まっていたとき、いろいろ勉強していた時に、グランド・デザインセンター構想をナガサワさんが提唱された。これはいわゆる地域開発から県のアイデンティティーづくりといったところまでもすべてデザインという枠でくくってしまうというすごい構想であった。まさに県庁だと、知事はおっしゃった。確かに県庁や市役所にはそれぞれの専門教育を受けた人がたくさんおり、枠を取り払ってしまえば、自分の専門の知識なり技術なりが生かされ、まさに県庁そのものがデザインセンター、グランド・デザインセンターになるのではないか。
- 富山県はそんな大それたことはとてもできないので、そのまま棚上げになっているが、インダストリアル・デザインセンターということでスタートして5年たつが、今は、立地計画の中で総合デザインセンターをどうするかという議論をしている。
- ハードの整備は非常に難しく、時代の背景をもろに被ってくる。私どもが入居している工芸技術センターも8年たつが、あの当時は本当にがらんどであったが、完全に機器でいっぱいになってしまっている。これだけのハードがいるということではなく、かなり発展性を持たせたハード整備、必要に応じて機能を付加して、それに応じたハードをつくっていくやり方が一番いい。
- とにかくいろいろな構想が富山県では輻輳しており、どちらを向いていくのかはこの一、二カ月の間にだいぶ方向が見えてくると思う。

青木

- 改めてなぜデザインなのかという問題が続くが、ひとつは行政全体がソフト化したという話がある。その中で心を豊かにすることをそれぞれの領域がやっていった時にデザイン的な行政が増えてしまったひとつの側面はある。それから今のお話のように輻輳してしまった時に、思い切ってやる論理でデザインを使っているところがかなりあると思うが、そういう時に、先ほどから出ている一種の接着剤論で、この概念とこの概念は実は引っ付けると同じ話なので、そのようなところでデザインを使っていることが一面ではある。

佐藤

- 旭川は私どもも悩んでいるところに適切なヒントがたくさんある。産業デザイン分野におけるデザイン・コーディネーターの役割の問題が出ている。それから地域デザイン分野については地域デザイン・コミッティーという事業構想が出されているが、こういう機能はこれから民間の作業活動して展開する可能性はないのか。
デザイン・コーディネーターであるが、私どもは産業デザインというよりデザイン産業の振興策を考えており、ひとつのテーマとしては中小企業をはじめとするデザインを必要とする企業と供給側であるデザイン産業をどう引っ

付けたらいいのかというところで、その仕組みについて検討している。

- もうひとつは地域デザイン・コミッティーの話であるが、仙台においても商業施設を設計する前の段階で、それをコーディネートするような業が発生しつつあり、そういったものが民間レベルではグランド・デザイン、あるいはソシオ・デザインをこれから展開する担い手になりつつあるのか。それをどのように誘導するなり、人材育成に手を貸したらよいかが課題としてありそうだ。

青木

- デザイン業の自立がほとんど不可能であることを前提とした場合、一体何が出てくるか。クリエイションとマネージメントを分離するという考え方に立つとすれば、クリエイターは何も現場にいる必要はないという発想が出てくる。現場にいないといけないのはマネージャーとコーディネーターであろう。それらの育成はかなり図れるのではないか。
- 企業の中においてはデザイン・マネージャーの育成は各企業から、ある意味では技術管理をやっている人間を活用すれば何とかできるという展望は得られる。
- デザイン・コーディネーターは自立した業だという想定がある。インテリア・コーディネーターがいるが余っており、地域で極めて有力な主婦がインテリア・コーディネーターになっているケースがある。そのへんをもう1回、リトレーニングをできないかという発想をしたことがある。そうになると地域の中でのコーディネーションなどを意識している人材は潜在的にはあるのではないか。
それに対してある種の技能教育、いわゆるデザイン教育を含む技能教育、あるいはコーディネーション教育のようなものをセットするならば、そこにある種の産業化は可能ではないか。一種のプロデューサー的機能を持って、ソーシャル・アメニティー的なもののプロデューサーに育つこともあり得るだろう。
- デザインそれ自体が中間項的な要素ではないかということから出てくる発想としていわゆるクリエイションとデザインの問題はある程度、切り離して考えられるのではないか。デザインを使うデザインがあり得るというような発想をしていくことはあり得るのか。

草薙

- 産業デザイン振興施策として大阪のデザインの歴史をまとめている。大阪のデザインが昔はこんなに活発であったし、日本をリードしたデザイナーがこれだけ輩出していたということを知らない若いデザイナーが増えている。われわれの勉強も含めてデザインの歴史のスタディーをもう1度やっている。
- イベントにしてもいろいろな施策にしても打つところはすべて打ったが、なかなか経済的な効果、社会的な効果が把握できない。デザインと言ったら評価されないが、産業文化と言ったらわかるという庁内的な話がある。
デザインはあくまでもデコレーションであり、決まった後をお願いするとい

う意味合いで行政内部でも認識されているケースが強く、商工部会に認知されないままに至っているのが現状である。

- 市町村の広報媒体に対するポスター審査、普及についても一昨年ぐらいから始めており、広報行政ないし文化行政、あるいは景観行政といった分野についてはデザインというものが認められつつある状態であるが、逆にそれが認知されればされるほど、デザインはデコレーションであったという認識を持たれるケースも増えている。そのような状況を何とか打ち破りたいと、これまでの図案職の職員から「デザイン職」という職に名称を変更し、府政全般の企画立案から最後のアウトプットまでできる職員の養成を図り、ほかの部局にも売り込みに行っているが売れない状況になっている。というのは採用を中途に行ったためデザイン出身者、美術を出た人、あるいは芸術工学を出た人がほとんどで、デコレーション活動、装飾活動に関心を持っている人が多く、心理学や社会学を専攻した人でそういった人材が求められないのかと思っていたが、採用の際の問題点もあったかと思っている。
- いま大阪から何とかデザインの運動を世界に発信できないかと考えており、環境、福祉といった話があるが、福祉のコンペをしてもなかなかいいデザインが集まってこない。大阪は経済ということで、デザインは、経済財であり文化の財ではないという提言をさせていただいた。われわれ行政の職員、あるいは企業人はデザインはすべて経済財と思っているが、デザイナーから猛反発が来て、経済で割り切れるものではないという話があり、かなりこれはギャップが深い。
- デザインがデザイン産業になるためにはクライアントとリスクを共有するようなものにならなければ、産業として自立ができない。デザイン業界においてはなかなか組織としてまとまらず、勉強したらすぐに別のところに自分で業を起こすという状況が強くなっている。いろいろな企業に対してデザインを売っていく企業（受注ではなく）に育ってもらえないかという意味合いでデザイン・ビジネスフェアをやりたい。
ただ、ほかの職種の方のほうがデザイン・コンサルタントという名称にふさわしい業務を行っている人が多く、今のデザイン業は単なるデザインワーク業になってしまうのではないかという危機意識も持っている。
- 現在取り組んでいるのはデザインはビジネスであるという考え方を定着させ、中小企業とデザイン業との間のギャップを埋めたいということがひとつであり、もうひとつは現代芸術文化センターの構想で、現代芸術とくっついたデザインで、ドイツのカッセルでドキュメンターというものがあるらしいが、それに似たかたちでデザインの運動を図っていくことを考えている。
- これからは都市間競争がますますさかんになるので発展途上国の皆さん方とネットワークを組んで今から大阪に対する理解をつくっていただいたり、海外の人材育成機関とネットワークを組むことによって、大阪を売り込んで行きたい。デザインはあくまでもツール、あるいは接着剤であるという意味合

いでやっていきたい。

青木

- デザインはビジネスであるというプロモーションの仕方は、私どもはやらないわけではない。デザイナーが芸術家になりたいという問題と、デザインが確かに経済だけでは割り切れないことも事実であるという、難しいところに立っている。それをどのように受け止めていくかを考えた時に、意外と美術系のデザインでないデザインが浮上してくるという、ぐるぐる回った話はあるかと思う。
- デザインのビジネスフェアのようなものを想定した場合に、いわゆるクリエイターが出てくることはあり得ない。クリエイションをひとつのビジネス化する能力とは、往々にして違うのではないかという部分であると思う。そこをどう考えるかである。デザイン、デザイン業、デザイン産業という流れは現在まであまり考えられては来なかったのではないか。
- 生活シーンを提供していく活動は現代文化芸術センターの中と考えられるという想定であるか。

草薙

- 今までの現代文化芸術センターは現代技術、デザイン、文化、パフォーマンスの四つの柱を持った直方体の施設であり、ポンピドーセンターをまねしているようなものであるが、現代芸術と言っていけばかなりコンセプト型、作品型に近くなるであろうし、生活文化と近寄っていけばいくほど生活シーン提供の型になる。今のところ両方をやることになっているが、どちらの方向に行くかはこれからの課題であろう。

川合

- 静岡県の場合、デザインセンターについての関心の薄かったデザイナーが先日ぶらっと来て、来年の契約を切られてしまったという話をしていた。自分には関係ないと思っていたことが、自分の身に突然降りかかってきて、初めて社会環境の変化のすごさを実感としてわかってきた。その時にデザインセンターに来てくれたことは、初めてデザインセンターの存在価値が多少でもあったのではないか。

中田

- 3月23日、24日に京都の国立国際会館で地域デザイン会議を「京都デザイン・ルネッサンス、地域から世界へ」テーマで開催する。ここでは単に合理的だけでなく新しい考え方のデザインを提案していけないか、という文脈で産業デザインの振興拠点を考えている。
- 県庁がデザインセンターと言われたが、京都では京都そのものがデザインセンターと言っている。もので残されているもの以外にも、生活の仕方、あるいは働くことと生活することのつながりの仕方等に、合理的なものとは違うものがあるのではないか。そういうものをヒントにしてこれからのデザインを提案していけないか。

○デザイナーが何か新しいことをやっていく場合に、各地域に人やものに関してどういった資源があるか等と提供できるデータベース、あるいはそういうものをコーディネートしていけるような人がいるとおもしろいのではないか。例えば和風住宅を見直そうという建築家からの働きかけもあり、京都の場合には宮大工あるいはいろいろな工芸家を、このようなものが京都にはあると、デザイナーあるいはコーディネートする人に紹介していくような仕組みができないかと考えている。

青木

○以上、特に何かここで論議をしておく必要のあることがなければ、最後にこの研究会を2年間にわたって続けさせていただき、問題がどこにあるかという話はだんだん明らかになってきた。それでは問題は解決できるかということもまた遠のいていくという機能であったのではないか。研究としてはなかなか成果が上がらない問題が山積みされていることがわかり、それを確認していくプロセスであったのではないか。

以 上

KEIRIN 00

この印刷物は日本自転車振興会から、競輪収益の一部である機械工業振興資金の補助を受けて印刷したものです。