

■田中義信氏インタビュー記録

地方産業デザイン開発推進事業の始まりと展開

- ・日時：2019年11月22日（金）13:30～16:00
- ・場所：静岡文化芸術大学 黒田研究室
- ・出席：田中義信／青木史郎、黒田宏治

*田中義信：1946年生まれ、1969年より財団法人日本産業デザイン振興会職員となり、地方デザイン開発センター、振興事業部長等を務める。2006年より田中デザイン事務所代表（デザインコンサルタント）。産デ振在職時、地方産業デザイン開発推進事業に立ち上げより携わる。



[目次]

- 地デ開事業の始まりの経緯
- 地デ開事業の仕組みと仕掛け
- 地デ開事業とマル優事業の動向
- 地デ開事業の成功事例、飛騨高山家具産業
- 地デ開事業とブロック別デザイン会議
- デザインプロセスのオープン化
- 地デ開事業以降の地域デザイン振興をめぐる
+++++

●地デ開事業の始まりの経緯

昭和50年度に「地方産業デザイン開発推進事業」（以下、地デ開事業）が始まりました。どうして地デ開事業が始まったかという、通産省は、日本産業デザイン振興会（以下、産デ振）を通じて、各種デザイン振興事業の展開を図ってきましたが、事業規模、予算規模ともに小さく、デザイン振興事業としてはインパクトに欠けていました。地域を対象にした事業はマ

ル優事業（*1）だけで、しかも地方庁の分担金のみで事業運営をしてきました。マル優事業の延長線上や拡大でもない産地への体系的なデザイン導入が必要との問題意識から、検査デザイン課及び産デ振で地方産業のデザイン振興施策について検討が始まりました。それが発端になるかと思います。

（*1）1966年に日本優秀デザイン商品輸出推進事業が始まり、1972年に日本優秀デザイン商品開発指導事業に改称された。いずれも〇の中に優と書いてマル優事業と呼ばれた。（32の地方庁が参加）

1960年代から通産省検査デザイン課所管のデザイン振興事業としては、年間予算が数千万円の「製品品質及び意匠向上補助事業」がありました。この事業の内容は、デザイン資料の収集整備、海外広報誌、デザイン研究員の海外派遣や展示事業などが中心で、他にJETROの輸出関係予算で海外見本市への出展（マル優事業などで製品改良した製品など）、ジャパンデザインハウスの運営などに取り組みされていました。1969年の産デ振設立に伴い、JETROが行っていた前術のデザイン振興事業は、マル優および国庫補助金とともに、1970年に産デ振に移管されました。

ただデザイン行政に携わっている人たちにとっては、予算は十分と言い難く、大きな予算がほしかったのだと思います。時期的にも1973年のデザインイヤーの成功もあり、地方でもデザイン気運の高まりが出てきていました。そのような時代状況の中で、何とかならないかというのが、実は地デ開事業の出発点だったように思います。

予算の拡大が課題でしたが、そのためにはデザインは産地振興に有効性が高いとの説明が必要となります。「コストではなくデザインによって競争し得る産業」の成功事例として、長崎の白山陶器（当時デザイナーの森正洋さんがデザインに携わるようになってから、製品が何十倍も売れるようになりました。）、新潟の洋食器、秋田の曲木椅子など、デザインの力はすごいぞという資料を、予算折衝時の説明資料として当時大蔵省に出したと聞いています。昭和49年だったと思いますが、検査デザイン課に事務官と技官がいて、両方で知恵を絞って大蔵省を説得するための予算資料の作成に苦労していたのを見ていました。技官はデザイン奨励班長ですが、製品科学研究所から出向のデザイン職の方でした。名前は覚えていません。

昭和 49 年から 50 年の年末年始にかけて、予算の内示がありました。事業の仕組みについては、後ほど説明しますが、初年度予算には、体制整備から開発実施指導(2 地域分)までの事業予算が確定していたので、2 県については、体制整備とデザイン開発実施指導を並行して進めなければならない状況でした。いきなり全地方庁への呼びかけは難しく、産デ振と通産省とが把握している情報をもとに、デザインの基盤ある候補地を絞り、結果、静岡県と石川県に開発実施指導事業の打診をしました。同様に、体制整備についても対象地域の選定が進められたのです。この事業は、県から通産省に申請があり、通産大臣が産デ振に推薦し、専門委員会で決定するシステムになっているため、時間がかかりました。

昭和 50 年度に入った 4 月には、産デ振に「地方デザイン開発センター」を設置し、実行予算、年間計画、説明資料の作成などに取り掛かったのです。デザイナーの仕事には未知の部分もありました。人員も不足していました。幸い、産地や中小企業のデザインに関わっていたデザイナーの百島博幸氏に、週に 2,3 日の勤務だったと記憶していますが、地方デザイン開発センターのスタッフとして協力していただきました。私と同年代で何かと助かりました。

地デ開事業を進めるにあたり、専門委員(地方産業デザイン開発推進専門委員会)の人選を急ぎました。候補者に栄久庵憲司さんと秋岡芳夫さんの 2 人の名前は通産省からも出ていました。当時は、デザインという一番は栄久庵さんの GK だという評価でしたし、秋岡さんは地域を知っている第一人者でした。その兩名以外の専門委員の人選は産デ振が候補をあげ通産省と協議して決定しました(*2)。デザイン専門家以外に何人か流通専門家が入っています。通産省としてもデザインの良い製品は売れて欲しいというのが趣旨でしたから。

(*2) 地方産業デザイン開発推進専門委員会 委員長：豊口克平((有)豊口デザイン研究所所長、委員：会田雄亮(日本デザイナークラフトマン協会理事長)、秋岡芳夫(104 会議室オーナー)、栄久庵憲司((社)日本インダストリアルデザイナー協会理事長)、小松格二((株)高島屋国際渉外部長)、白石勝彦((社)日本インテリアデザイナー協会理事長)、鈴木庄吾(前(株)伊勢丹研究所 ID 研究室長)、長戸毅((株)エム・エム・アイ)、梨谷祐夫((株)松屋営業第 5 部課長)

6 月には、体制整備に山梨、静岡、富山、石川、兵庫、大分の各県と開発実施指導に静岡(木製品)、石川(プラスチック漆器)の両県が内定し、7 月の専門委員会で承認されました。デザイン開発実施指導の委託先は、石川県を栄久庵さん、静岡県を秋岡さんに打診

していましたが、実施県が決まったことで、石川県(山中地区)は、地理的な面、栄久庵さんの業界代表の地位などを考え、GK の関西拠点として開設された、(株)京都デザインセンターに、静岡県(静岡地区)は、秋岡さんを中心とするプロジェクトチームに(契約上は(有)ウサナミデザイン研究所)、それぞれ業務計画書の作成に着手していただきました。

先行する予定だった、もう一方の開発需要調査については選考が遅れてしまいました。静岡地区は地デ開事業の顧問で情報学の専門家である藤川正信さんの紹介で人間機能研究所(担当責任者：藤川正信)に、山中地区は栄久庵さんに相談して GK インダストリアルデザイン研究所(担当責任者：野口瑠璃)にお願いすることになりました。尚、当時私が持っていた地デ開事業の説明資料は、ブロック会議に配布した資料(次年度の予算要求を含む)だと思います。4 月の時点では既に事業概要の資料はできていました。他の人が持っていた資料は、修正前の日付違いでの資料が存在したのだと思います。

●地デ開事業の仕組みと仕掛け

地デ開事業は次年度から 4 段階の構成となりました。簡単にこの事業を説明する時には、次のようなストーリーで説明いたしました。この事業で開発するのは個々の企業じゃないですね、受け皿がほしいですね、受け皿をつくるなら県が関係ないと困りますねということで、まず開発に先立ち県の振興体制をつくりましょう。その次は県がどの地域に可能性があるか選んで、そこに開発研究会をつくりましょう。そして、研究会ができたらデザイン開発に着手しましょう。それぞれを 1 年毎に実施することにしました。検討を進める中で製品を試作したら展示会は必要ですね、それなら流通の専門家に評価してもらおうと、そこで 4 段階目に市場流通対策事業が加わりました。そのように話していました。尚、パイロットデザインという名称は、地デ開事業を表すうまい名前だったと思いますね。

ところで、国庫補助金で特筆すべきことがありました。「デザイン料」を国が認めてくれたということです。通常、補助金の予算要求では、対象経費の細かな積算を付けますが、地デ開事業の必要性和デザインの重要性を理解いただき、「パイロットデザイン料 1,000 千円」として計上されました、少ない金額ではありませんでした。昭和 49 年のことです。開発需要調査費は、他事業の例があった様で、220 万円でした。デザイン料の 100 万円ですが、積算なしの 100 万円で認められました。その他、デザイン試作費、デザイナーが現地に行く旅費、謝金も計上されていました。市場流通対策は次年度から予算が付いていますが、それは後の話

になります。

これら一連のプロセスは、国庫補助金で行いますけれど、対象となる県や産地業界も自己負担が出ることは考えていました。イメージとすれば最初の県の体制整備は国庫補助金がほぼ 100%、2 段階目の産地の開発体制では 80%、パイロットデザイン及び開発需要調査では 60%、流通対策に至っては 30%くらいだったと思います。国庫補助金で全て賄うというのは考えていませんでした。

まあ段階が進み川下になるほど地域の自己負担比率は高くなるわけですが、説明上は表面には出てはいませんでした。実際には地域によりますが、県がどのくらい予算をとったか、組合や参加企業等がどのくらい負担したのかは、こちらでは把握してはおりません。多分地域により予算はずいぶんとばらつきがあったのではと思います。

この事業の直接経費は国庫補助金です。国が産デ振の地デ開事業に対して補助する仕組みでした。通常の補助金の場合には地元の県とか組合にお金が出るけれど、地デ開事業の場合は対象県・産地業界に対して専門家派遣による助言、提案からデザイン開発の実践によるノウハウの提供というソフト面で補助金が使われていました。それでも手をあげてきたところは、知事名で通産大臣に申請するわけですから、それなりに熱心だったと考えられます。従来の 1/2 補助のように国に対応する仕組みがないので県では地元の経費を予算化しづらい事情はあったと思われる。

実際には体制整備の段階ではそんなに予算はいりません。必要なのは若干の会議費と担当者・関係者の旅費くらいで、まあ通常予算の範囲で捻出できるくらいで始められましたから。でも、段階が進行するに伴いそれだけで済まず、工夫して予算化できた県・地域とそうでない県・地域では差がでてくることになったと思います。

●地デ開事業とマル優事業の動向

地デ開事業の実施県、産地が増えるにつれて、波及効果も少しずつ見えてきました。計画が固まってみると、ことの発端はともかくとして、マル優事業とは違う性格の事業の組み立てであり、誰からもマル優事業をやめるという話は出ませんでした。それで結果的に、その後もマル優事業は続ける方向となりました。私も地域の仕事が好きで、やり続けたかったという思いもあり、当時は喜んだ記憶があります。

マル優事業の延長線上や拡大でもない産地への体系的なデザイン導入が必要との問題意識から、地方産業のデザイン振興施策について検討はスタートしたといいましたが、マル優事業は決して評価が低かったわけ

ではありません。当初の目的は輸出振興でスタートし、商社や百貨店のバイヤーや商品開発部などデザイン以外の分野にも指導人材を求め、相応の成果をあげておりました。それで、この時の専門指導員に、地デ開事業の専門委員、顧問として地域での講演や市場流通対策事業のアドバイザーとして協力していただきました。

マル優事業は 1972 年には、輸出振興からデザイン指導に改め、産地業界を対象に研究会やデザインセミナーを取り入れました。事業の仕組みは他にも多く語られていますので、省略しますが、地デ開事業が終了した後 1988 年（昭和 63 年）まで継続して実施され、毎年 25～30 の地方庁が参加していました。地デ開事業とマル優事業の両方を実施していた地方庁もありました。

ただマル優事業では、地方産業といっても個別企業の製品改良の対応しかできなかったもので、産デ振としてはもう少し地域全体に波及するような取り組みができないか問題意識はもっていたのも事実です。それで、そういう内容の報告資料も出していたと思うし、政策的にはその方向は間違っていなかったと考えています。そのような方向に沿って地デ開事業の計画検討が進んだことは間違いありません。

●地デ開事業の成功事例、飛騨高山家具産業

初年度にやった石川県山中漆器の事業については別の機会にお話したことがあるので、そちらを見ていただきたいと思います。あと岐阜県の飛騨高山地域の事業も成功事例に数えられると思っています。飛騨高山の家具産業は規模も大きく、一番多く予算を使ったんじゃないかな、当時見ていてそう思いました。パイロットデザインは川上元美さん（(有)川上デザインルーム）が担当しました。けっこう大作（*3）だったことを覚えています。

（*3）「食事周辺の複合化を演出する家具類」を開発テーマに、A タイプ（BOX システム+接続ダイニングテーブル）、B タイプ（単体的 BOX システム+接続ダイニングテーブルシステム+エクステンションテーブル）、C タイプ（テーブルワゴン内蔵サイドボード+リビングダイニングセット）の 3 タイプを試作した。

事業を始めるにあたり産地のデザイン意識としては高かった方です。もともと高山の木工家具は箱物と脚物が一体化している地域でもありましたから、両方揃っていたこともいろいろな可能性を実現できるという意味でやりやすかったのではと考えられます。また、トーネットの曲木技術の評価も高いものがありました。そこに升貞治さんという方がいて、高山市にある岐阜県工芸試験場のデザイン職の人でしたが、この人が業界ではすごい信頼性がありました。その人が入って飛

驛産業、白川製作所、日進木工、柏木工など各社とデザイナーがいろいろな打合せをするわけです。それでパイロットデザインは順調に進行いたしました。ただ升さんは裏方のまとめ役で、産地のキーマンは日進木工の社長さんだったと思います。

パイロットデザインのプロセスは当時の報告書に掲載されていますが、参加各社の分担で試作品ができた後に、1982年度になりますが、内示会に向けて試作品をスタジオに運んで写真撮影、広報カタログ作成が行われました。これがプロフェッショナルの仕事かという印象に残っています。カメラマンは白鳥真太郎さん(当時、日本を代表する有名な広告写真家)、グラフィックデザイナーは青葉益輝さん(当時、日本のグラフィックデザイン界の第一人者)、それをコーディネートしたのがデザイナーの川上元美さんでした。相当経費も掛かったと思います。試作品も完全に商品という出来映えでした。補助事業の枠は越えていたと思います。

そして、確か展示会は組合の家具新作展に併設するかたちで東京・新宿のNSビルでやりました(1983年2月)。会場借料だけでも何百万円とかかるわけです。併設ですから地デ開事業の発表展示だけというわけではありません。地デ開事業の最初の頃は産デ振の展示場(東京・浜松町)で始めましたが、やっていくうちにもっと広い会場で多くの人に見ていただきたいという要望は当然出てきます。飛驒高山の家具産業も、自分たちの将来をそこに展望したんじゃないかなと思えるくらいでした。プロが結集すると産地の力・成果もすぐなることを示したと思います。1981年でしたから、ちょうどオイルショックの後で景気が戻り始めた時期でもあり、タイミングもよかったのかもしれませんが。企業の皆さんの一体となった意気込みを感じました

この事業を契機に家具の飛驒高山としての認知度は上がったように思えます。地デ開事業のプロジェクト(1981年にパイロットデザイン実施)の影響もあって組合の方々の結束が強まりました。1982年に高山木工協同組合を協同組合飛驒木工連合会に改組、これが後の全県的な岐阜県デザイン振興会の設立につながっていくわけです。また、これを境に飛驒高山産地にいろいろなデザイナーが入ってきたんじゃないかな。それも波及効果に数えられると考えています。

川上さんは事業が終了した後も飛驒高山で家具のデザインに関わっているようですが、この事業がきっかけのご縁なんだと思っています。私も新宿のNSビルの展示会では、多くのデザイナーや地域の方々とお会いしたのを覚えています。そして、これがあったからデザイナーが地域に目を向け始めたと思いますよ。そのように事後の展開や波及効果も含めて、地デ開事業

の一つの成功例だったといえると思います。

あと地デ開事業の関係で特に印象に残っている地域がいくつかあります。佐賀県小城の羊糞(1980年、パイロットデザイン実施)、これはいいものがありました。パッケージデザインの開発・試作でしたが、パッケージを小さくした一口羊糞です。デザイナーの産地に対する思い入れは強く感じました。間接的には行政の担当者と工業試験場のデザイン職のサポートがあったのではないかと思います。小城が羊糞産地として認知度を高めるきっかけになりました。これは日本全国の一口羊糞のもとになったものかもしれません。確認していませんが。

岡山県倉敷のい草もありましたね(1978年、同前)。剣持デザイン研究所の松本哲夫さんが担当されましたが、あの時はタペストリーをデザインしてい草を吊して見せたんです。みんなバッグとか想像したと思うんですが、そういう発想もあるのかなということを学んだように思います。タペストリー以外にもいろいろありましたが。

福井県鯖江のめがね産地を対象にした時にはこんなこともありました(1975、76年の体制整備)。パイロットデザイン実施に着手する前のことです。福井県の担当でMさんという方がおりました。県の体制整備や鯖江での事業に向けての体制づくりの話で現地入りした時のことですが、移動の関係で前の晩に現地に入るんですけど、するとMさんが夕方まで待っていて、地デ開事業の資料づくりの相談を受けるわけです。聞いてみると、日中は上司の指示や他の業務に追われてデザインの仕事はどうしても5時過ぎになってしまうと言うんです。打ち合わせは8時過ぎまでかかることもありました。次の日の会議にはしっかりと資料が配布されています。様々な制約下でも事業への思い入れのある担当者がいたことを思い出します。

●地デ開事業とブロック別デザイン会議

地デ開事業を始めて初期の段階では、事業の趣旨、実施のシステムを理解していただくのは時間も掛かりました。また県の体制整備をしたから関係者がデザインを理解したかというとやっぱり難しく、そこで大きな役割を果たしたのが、ブロック別デザイン会議の利用でした。そこには行政の担当者だけでなく関係各分野の方々にも出席してもらい、地デ開事業の説明・宣伝・広報に努めました(*4)。

ブロック別デザイン会議(会議名は、デザイン開発指導連絡協議会)は、まだ産デ振のできる前の昭和40年の設置でした。全国を、通産局(現、経産局)単位に、北海道、東北、関東、中部、近畿、中国+四国、九州+沖縄の7つのブロックに分けて、それぞれ年1

回開催されています。各通産局が招集して、通産省、地方庁、デザイン団体等の情報交流の場ですが、産デ振ができた当時は会議は2日間で、1日目は通産省のデザイン政策の説明と各県のデザイン関連事業の説明、2日目は個別相談だったと思います。マル優事業の内容・規模（単位数、対象産地、セミナー、現場指導等実施形態）については県担当と産デ振担当等の間で次年度計画を決めるわけです。地デ開事業を実施している頃は、事業の経過説明に多くの時間を取りました。会場は通産局の会議室を使用しました。

（*4）地デ開事業初年度の昭和50年度には、各地でブロック別デザイン会議が開催され、地デ開事業の概要説明が行われたと記録されています。10/21 愛知県、10/23 兵庫県、10/31 北海道、11/6 香川県、11/12 東京都、11/21 宮崎県。

どうしてブロック別デザイン会議を重要視したかという、これには各県の試験場のデザイン職が出席するからです。県の事務担当だけではデザイン関係事業の説明や質問に十分対応できないことが多く必然的にデザイン職が出てくるようになりました。副産物として産デ振との面談ができ、管内の試験場職員相互の交流も深まりました。県内でも事務職と試験場デザイン職の交流も始まります。実は同じ県内でも意外と両者の接点は少なかったと思われま。それにより、他県の状況もわかるようになるわけで、他県と比較することで意識も高まり、競争意識や横並び意識もあって事業を誘発する効用もあったのではと思っています。どの県でもそうでしたが、ほかの県の情報は意外に入っていないわけで、その対策のためにもうまくブロック別デザイン会議を利用しました。

地デ開事業の進行とともに事業を通じていろいろな地域で新たにデザイン振興組織ができはじめました。3年で26を数えました。それらの組織間の連携強化、情報交換が必要だろこうなって、地方産業デザイン振興機関連絡協議会ができました（昭和53年5月）。事務局は通産省検査デザイン課に置かれました。地デ開事業が終わったからといって県レベルで設置したデザイン振興組織はこれで終わりというわけではありません。そんな仕掛けをすることで組織の継続化を図る意味でも機能したと考えています。ほかにも産デ振で地域デザイン振興会議を設置し、そこに地方の担当者を招聘して事例発表やディスカッションをしました。招聘の旅費も用意して参加しやすさに配慮もしました（毎年5名分）。会場は産デ振会議室で、いつも参加者は20~30人くらいでした。

そこから派生するかたちで、地域間交流をめざした地域デザイン会議を産デ振である程度予算を付けて（1件あたり400~500万円くらいだったかな）県に呼び

かけて共催で実施もいたしました。記憶は心許ないですが、手元に1989年の埼玉、1992年の北海道・旭川での開催記録報告書が残っています。その後全国デザインセンター会議ができたことと記憶します。これも産デ振が設置した全国的な会議でした。それぞれの設置年次等を失念してしまい申し訳ありません。

私は当時、地デ開事業に携わる中で、地方の試験場のデザイン職にはいろいろ協力もしていただき期待もしておりました。彼らに表舞台に立って活躍してほしいという気持ちもあって、地域デザイン振興会議などを仕掛けてきたことを覚えています。昔は地方のデザイン職は全国で150人くらいいたかな（1984年頃）。それだけの人数がいた頃は、各地域でも業界とのつながりの深い試験場の場長や部長もいて、裏で官民の橋渡しができるような人もいたように思います。現在では50~60人くらいでしょうか。残念ですが、業界とのつながりも薄れて、パワフルな人も少なくなりましたね。

そういう地方の変化を見ていくと、言い方は悪いですけど、国は産業工芸試験所から製品科学研究所へ、そして（独）産業技術総合研究所への改組に伴い、デザイン振興から手を引いたように思います。その過程で国の機関からだんだんデザイン職がいなくなっていました。それまではデザインを熟知する人、研究する人が工芸連合部会やデザイン分科会を主催して、国が中心になって地方のデザイン職の連携や基礎研究の分野でもけっこう動いていたんですけど、国主導が良いとは言えませんが、要は欲しいものです。

●デザインプロセスのオープン化

初年度の地デ開事業のパイロットデザインで京都デザインセンターがやったプロセス、それから静岡で秋岡さんたちがやったプロセスがありますが、あれは地デ開で各地のパイロットデザインのプロセスで全部に反映していると思います。企画があって基本デザインがあって試作があってという流れでしたが、どの地域を見ても基本は同じです。

実は、デザインチームと産デ振のデザイン開発実施契約の中に、デザインプロセスの提示が含まれています。考え方から試作までの流れを産地に示して下さいとお願いしました。山中地区プラスチック漆器産業、静岡地区木製品産業のデザイン開発のプロセスや実施結果はオープンです。次年度以降のデザインチームにもデザインプロセスの提示は契約条件です。特に最初にやった京都デザインセンターもそうですが、デザイン料以上のノウハウは提供していただいたと思います。

地デ開事業の成果は、報告書にまとめて1,000部印刷して、関係者をはじめ全地方庁に配布しました。そ

ういう普及活動とか広報活動は、それまでにはあまりやっていませんでした。産デ振でもそうですが、パイロットデザインや開発需要調査を担当いただいた方々も、報告書作成にはずいぶん時間を費やしたと思っています。それから特に初年度成果に関しては、要約版をつかって各地でセミナー（デザイン開発普及講習会）もやりました。そのような場を通じて、産地の皆さんにも報告書を配布しましたが、パイロットデザインの後にも第二、第三のデザイン開発ができるよという思いがあったからです。それが地デ開事業に取り組んだ通産省と産デ振の願いでもありました。あれは本当にいいプロトタイプになったと思います。後で考えると、まとまったかたちでの地域産業でのデザイン開発の最初で、しっかり足跡を残せたと思っています。

デザインプロセスのオープン化とでも言ったらいいのか、それがパイロットという言い方に変えられると思うんです。地デ開事業でやろうとしたパイロットデザイン開発の目的は、単に新しい製品を開発するというのではなく、産地自身がデザイン開発に対する考え方、方法、プロセスなどを修得することによりデザイン開発能力を高めるこのことは、ブロック別デザイン会議の説明等で何度も言ってきました。そもそもそうでないと国が補助金を出す理由がないですから。新商品作りだったら勝手にデザイナーにデザイン料を払ってやればいいじゃないかというのが国の基本的な立場でしたから。

でも実際にやっているのと、結果的に11年間続けてやりましたが、後半の地域のパイロットデザインでは初期の趣旨と気概が薄れてきたプロジェクトもあったようにも思います。やっぱり製品のデザインが前面に出てきているものも散見されるところです。

ただ地デ開事業を通して、デザイナーにとって対象に地域産業があることを認識させたという効用も忘れるわけにはいきません。デザインプロセスが公開されることで地域の人たち、産地企業の人たちにわかりやすくデザインを理解できるようになったという効果もあったと思います。当時はまだ商品加飾型のデザインが中心だった時代でしたが、そこでコンセプト重視のシンプルなデザインをわかりやすく勉強する機会になった面もあったと思います。

地デ開事業の説明資料には、ロイヤリティのことも書いてありましたが、実際に発生したケースもありました。静岡の1件だけでしたが、確か3万円か5万円だったかな。ロイヤリティは売上の3%、知財関係については契約で権利は産デ振に帰属すると説明資料に書いてあるとおりで。初年度にやった静岡の事業では意匠の出願をしました。パイロットデザインの成果

が商品化されて、実は私が当時特許庁に出願の手続きをしました。静岡でデザインした小箱のうち何点かを出願しましたが、その中の1点だけが類似で通らなかったのを奮起して資料づくり直し、再審査では通ったことを覚えています。出願に際しては初めてづくしで苦労致しました。あの時は図面ではなく写真で出願しましたが、何百枚も製品の写真を撮ることになりました。印紙代も20数万円かかったように記憶しています。いまとなっては懐かしい思い出です。

ロイヤリティの対象にはなりませんでしたが、地デ開事業の各地域のパイロットデザインの流れて商品化されているものはゼロではないと思います。あとで関係した人たちの目で産地の製品を見回すと、確証はもてませんがパイロットに似てるねという話題が必ず出てくるんですね。そういう経験から、たぶんあったとは思いますが知らないだけなのかもしれませんし、そこまでの追跡調査はできませんでした。

●地デ開事業以降の地域デザイン振興をめぐる

地デ開事業の後のことかもしれませんが、地方の方との話の中で昔デザイナーと仕事をして酷い目にあっただと言われることがあります。デザインを依頼する側（中小企業や産地）とデザインを提供する側（デザイナー）のデザイン認識のズレ、デザイナー主導など様々な要因で、結果「こんなはずではなかった」が出てきたのだと思います。

振り返ると、地デ開事業の知名度が高まりパイロットデザインの展示会にも多くのデザイナーが見に来てくれるようになりした。それにより地域に関心を持つデザイナーも増えてきたと思います。失礼な言い方かもしれませんが、今まで大企業を中心にしていた活動から地域に目を向け始め、地域でデザインビジネスができると安易に思われたデザイナーも少なくはありません。地域の実態を十分認識しないまま、デザインの提供だけということや産地や企業もデザイナー任せと言った面もあったのでしょう。地デ開事業のパイロットデザインの中にもその原因はなかったとは言いきれないかなと思います。ただ後続事業の影響が大きかったのではと推測します。

地デ開事業の成果（？）の一つとして中小企業庁施策にデザインが導入されるきっかけになったこともあげられます。1985年、地デ開事業がピリオドを打つ1年前ですが、中小企業庁は中小企業デザイン高度化政策としての地場産業デザイン高度化特定事業、中小企業デザイン国際化振興事業、デザイナー情報提供事業の3点セットをスタートさせました。この地場産業デザイン高度化特定事業は地デ開事業のミニ版的なもので、産地への補助金であったと記憶していますが、より直

接デザインの効果が現れる試みとして実施されました。

地デ開事業と比べてみると、基本的に違うのは高度化の方は単年度事業だったことです。しかも組合対象ですからデザイン振興体制や開発体制づくりはありません。デザイン開発と発表会のみでした。この事業を通じて、自薦他薦で相当多くのデザイナー、デザイン事務所が地域に入ったことは間違いありません。地デ開事業等を経てデザインは地方の行政にとってある意味扱いやすくなった面もあったのかなとも思えなくもありません。デザイン職がいなくてもデザインの展示会はできるようになったくらいですから。

先ほどのデザイナー情報提供事業について触れておきます。この事業は中小企業事業団から委託されて産デ振で実施することになりました。中小企業がデザインを依頼したいと思っても、何処にどのようなデザイナーがいるのか、デザイナーの力量はどうかなど分からない。そのための支援情報源として国内のデザイン事業所の実態調査をし、デザイン事業所(デザイナー)のプロフィール、デザイン活動、デザインの実例、デザイン料、中小企業経営者へのメッセージなどを収録した「デザイナー情報カード」を作成しました。全国の自治体、公設試験機関、中小企業指導センター等400個所に配布しました。デザイナー活用マニュアルの出版もありました。5,6年は継続したと思います。

振り返ると、当時の通産省検査デザイン行政室は、「1990年代のデザイン政策」の検討に入り、産デ振は、グッドデザイン商品選定制度の拡充や前述のデザイナー情報カード作成、デザイン業の振興支援、'89デザインイヤーの準備などで手一杯で、地デ開事業の後続事業の計画まで手が回らなかった状況だったように思います。マル優事業は1988年までで終了となり、この辺りで産デ振と地方との直接のかかわりは薄れてしまいました。やむを得ないことだったとはいえ、いま思うと悔いが残るところです。

(文責：黒田宏治) 2020.03.01