

デザイン行政開始の経緯とその政策理念

——日本のデザイン行政と振興活動の展開（その1）

Japanese Design Administration, Its Departure Process and Policy Philosophy

●青木史郎／中国美術学院、黒田宏治／静岡文化芸術大学、蘆澤雄亮／芝浦工業大学、熊娜／中国美術学院、余剣／日本デザイン振興会

AOKI Shiro / China Academy of Art, KURODA Kohji / Shizuoka University of Art and Culture, ASHIZAWA Yusuke / Shibaura Institute of Technology, Xiomg Na / China Academy of Art, Yo Ken / Japan Institute of Design Promotion

要約

この論説は、通商産業省が体系的組織的にデザイン行政を開始した経緯を、その背景と意図に遡り考察することで、日本のデザインと産業の発展に行政が果たした役割を明らかにすることを目的とした。通商産業省は、1958年5月に通商局に「デザイン課」を設置、特許庁から「意匠奨励審議会」を移管し、12月に答申を提出。翌59年には「輸出品デザイン法」を制定、日本貿易振興会は答申を受け、年度末には「ジャパン・デザイン・ハウス」を開設した。通商産業省は、ほぼ2年という短期間に、中核組織、ビジョン、関連する法律、手足となる振興機関という、基本的な体制を整えた。このデザイン行政の出発については、これまで日本製品の模倣問題への対応によるものと理解されてきた。しかし、盗用模倣の対策と若干の予防策をもって、大きな権限を与えられる中央官庁の「課」が新たに設置されたとは考えにくい。盗用模倣問題という避けて通れない直近の課題を掲げつつ、むしろ「デザイン課」という名称（英文名はIndustrial Design Section）が示すよう、戦略的な視点から「インダストリアルデザイン」の産業装備化を図るといふ、経済官庁らしい判断がなされていたと理解すべきである。そして、「デザイン課」の設置そのものが「デザインが大切である」との強烈なメッセージとなり、日本のデザインの本格的発展を導く大きな契機となったと思われる。

Keywords: design promotion, design history, industrial design, MITI, design administration, design policy

1. はじめに

1958年5月におこなわれた通商局の中への「デザイン課」の設置、翌59年の「輸出品デザイン法」の制定等にはじまり、1997年に「輸出品デザイン法」が廃止され、主要事業である「グッドデザイン商品及び施設選定制度」が民営化される1998年までの約40年間を、通商産業省がデザイン行政を直接的に行った期間として捉えることができる。

この通商産業省によるデザイン行政については、中核事業であるグッドデザイン賞が国際的に大きく発展したことから、特にアジア諸国では称賛の声を聞くことが多い。一方で、その政策がいわゆるデザイン振興の範囲に留まり、デザインを活用した産業政策へと展開されなかったとの指摘もある。過大または過小な評価を安易にすべきでないが、行政が主導するデザイン振興は、日本の産業活動がデザインの発展に大きな影響を与えてきたことは間違いない。

しかし、こうした行政の活動は、これまで研究対象とされてはならず、資料等も散逸していた。そこで、この論説の筆者である黒田と青木は、2018年から科学研究費助成を得て（JSPS 科研費 JP18K11961「日本デザイン政策の研究アーカイブの構築」）、日本デザイン振興会の支援のもと、デザイン行政と振興政策に関する資料情報を収集・整理する活動に着手し、「デザイン振興政策アーカイブ」^{*1}として既に公開している。そして、関係者へのインタビュー等も加え、デザイン行政と振興政策の推移を検証する研究に着手している。

通商産業省によるデザイン行政の推移を研究するうえで最

も重要な資料は、大臣の諮問機関としてビジョン形成を担った「デザイン奨励審議会」の答申である。1958年から93年の間に提出された6回の答申を通読すると、通商産業省によるデザイン行政は、デザインという捉えどころのない概念に居場所を与え、社会に認めさせようとした努力の軌跡としても理解できる。このビジョン提示者としての役割機能の発揮こそ、日本のデザイン行政が成し遂げた最大の成果であり、将来に語り継がれるべき価値を有していると考えられる。

以下この論説では、日本におけるデザイン行政の推移を俯瞰的に捉えることを目的とした研究の第一歩として、1958年の「デザイン課」の設置の経緯、第1回審議会答申等そこからの展開を振り返りつつ、その背景と意図を明らかにしていきたい。

2. 盗用模倣問題という行政課題

1) 戦後デザイン政策の胎動

産業へのデザイン導入という視点からみると、1951年は大きく進展した年であった。同年には、アメリカを代表するデザイナーのレーモンド・ローウィが来日し、日本の企業を対象としたデザイン開発を実践しつつ、産業界のリーダー達にデザインの効果と活用方法を説いた^{*2}。また松下電器産業の創始者である松下幸之助がアメリカ視察から帰国した際に、「これからはデザインだ」と叫び、企業内デザイン部門を創設したとの逸話も残されている。

終戦直後から、国力を回復していくためには製品の輸出が

不可欠であり、それを導くために新しいデザインの導入が欠かせないとの見解は示されてきたが³、終戦5年を経過した時期に至り、企業経営者層とデザインとの接点が具体的に生まれはじめた。これ以降、新制大学によるデザイン教育の開始、新聞社による工業デザインコンペの開始や⁴、フリーランスデザイナーのスタジオ開設など⁵、企業へのデザイン導入を促進する環境が次第に整い、戦後10年を迎える1955年頃には、耐久消費財メーカーを中心に、デザインを商品開発に活かす体制はある程度まで確立した。

行政もデザイン導入に向けての支援策を積極的に展開していく。通商産業省の研究指導機関である「工藝指導所」は、戦前から伝統工芸の産業化促進をテーマに、デザインの研究開発指導を続けてきたが、1952年の「産業工芸試験所」への改組を機に、「インダストリアルデザイン」の指導啓発を強化していった。また55年以降となるが、日本貿易振興会(前身組織の海外市場調査会等を含む)や日本生産性本部などによって、アメリカのデザイナーの招聘やアメリカへの視察団の派遣、若手デザイナーの留学制度など⁶、デザイン手法の習得や人材育成を支援する施策が展開されていく。

2) 盗用模倣問題の実態

日本からの輸出が再開されるに従い、輸出製品やパッケージ、あるいは商標について、欧米諸国のその盗用模倣であるとの指摘がされはじめた。これは個別の事案という次元を超え、貿易や外交の重要な問題へ、さらには現地ジャーナリズムをも巻き込んだ日本叩きへと展開していく。貿易を所管する通商産業省はこの対応に追われることとなった。

ここから盗用模倣問題をデザインの問題として捉え、行政的な視点から解決策を提示しなければならないとする考え方が浮上してきた。盗用模倣問題の解決は、国際社会と国際市場への復帰を主導していく通商産業省にとっては避けて通れない課題であり、このことが「デザイン課」設置の直接的契機となっていくが、まず盗用模倣問題の実態について当時の資料から見ておきたい。

a) デンマークのデザイナーの玩具

まず盗用問題の典型例として、デンマークのデザイナー、カイ・ボイスンの木製玩具の模倣事例を紹介したい。デザイナーの柳宗理は、グッド・デザイン商品選定制度を紹介するパンフレット『グッド・デザイン』⁷に掲載された座談会の中で、その実態を次のように語っている。

「デンマークに有名なおもちゃのメーカーがごぞいます。それを日本で、アメリカのバイヤーが来まして、そっくりまねさせました、悪いことはそれを意匠登録しちゃっているわけです。(中略)ともかくアメリカのバイヤーが来て誰かに作らして、その誰かが登録をしまして、向こうの半分以下の値段でもって、アメリカにどんどん出してしまっていることは事実です。それだからデンマークのバイヤーや、デザイナーはカンカンに怒りまして、何とかしてくれ。私も行く

たびにとっちめられるので、何とかしなくちゃいけない」。そこで柳は特許庁に頼んで調べてもらったが、メーカーについては実態が掴めなかったという。この事例は、デザイン盗用といえばデンマークの猿の玩具というように、デザイナーの間では長く語り継がれていく。

b) 藤山外相への抗議事件

意匠の盗用問題は、日本の輸出が再開された戦後直後から外交問題化していたようである。特許庁の意匠課長でありグッド・デザイン商品選定制度の推進者であった高田忠は、同じパンフレットの中で次のように述べている。

「国際問題として真剣にとりあげられたのは、昭和24年、イギリスから当時のG・H・Qを通じて日本の輸出織物の意匠がイギリスのそれを盗用していると抗議されたことには始まり、その後、陶磁器、ライター、洋食器、電気洗濯機、ミキサー、玩具など、いろいろの輸出品について、イギリスのみならずアメリカ、ドイツなどから毎年のように抗議され、昨年(1957年)9月にも藤山外相がロンドンを訪問した際、日本からボンベイ方面に輸出したベアリングの外箱の意匠が、イギリスのポーラード社のベアリングの外箱の意匠に似ているというので、だいぶ問題にされたようである」。

ちなみに上述の藤山外相の事件については、当時国内の新聞で「デザイン盗用 藤山外相いじめられる テレビで現物つきつけ」の見出しで記事が掲載された⁸。日本からの輸出が拡大していく中で、輸出品の盗用問題はより深刻な様相を示していった象徴的な事件であった。

c) アメリカのカメラメーカーからの警告

さらに『機械デザインセンター20年史』⁹に記載されている光学機器の事例を紹介したい。「デザイン課」設置の直前となる1958年3月に、アメリカの世界的映画機器会社ベル・アンド・ハウエルの社長C.H.パーシーから経済団体連合会会長石坂泰三に個人的書簡が届いた。同社の8ミリカメラに酷似した日本製品が販売されており、外交的な対応をする前に石坂から忠告して欲しいというものであった。日本のカメラは1955年前後から対米輸出を増加させるが、これに伴い粗悪品や著しいダンピングなどが横行していたとされる。アメリカのカメラメーカーの間には輸入規制をおこなうべしとの動きもあり、こうした状況の中での忠告である。

この書簡は以下のように結ばれている。「かかる行為がなお引き続き行われるならば、道徳的に、これらに関与しない日本のメーカーにも損害を与え名声を傷つける結果をもたらすであろう。これはさらに日米間の貿易全体にも悪い影響を及ぼすであろう」。「パーシー書簡」は、一部業者のモラル無視の態度が、日本製品への不信へと繋がり、日米貿易全体の問題へと発展してしまう懸念を述べている。これこそが日本政府として対応しなければならない最大の理由でもあった。

3) 盗用模倣問題の深刻さと対応策

商品の盗用模倣は、模倣をされた側に著しい経済的損失を

与える行為であり、競争のルール、商業道徳からも公的に指弾されるべきである。これが行政課題として前面に登場したのは、その大半がデッドコピー（模造品）であり、悪質であったことに加え、通商問題を超えて、日本は模倣をする国であるとの蔑みが市民感情として蓄積され、より深刻な様相を呈しつつあったことが背景にある。国際社会に復帰したばかりの日本にとっては、盗用模倣問題は致命傷になりかねない。

そこで通商産業省は、1955年に輸出入取引法による意匠協定により、新規のデザインについて登録をおこない、他者のデザインを侵害しないとの証明を受けたものではない限り輸出しないという自主規制を推進した。プリント生地などの繊維製品と陶磁器製品を対象に、自主的意匠認定を推進する団体として1955年に日本繊維意匠センター（大阪）、また翌56年には日本陶磁器意匠センター（名古屋）と雑貨・日用品を対象とする日本雑貨意匠センター（東京・大阪）が設立された。特に輸出向けプリント地や陶磁器製品の盗用模倣防止については、それぞれの意匠センターは設立直後から成果をあげていたといわれている^{*10}。

3. デザイン行政の体系化

1) 意匠盗用防止とデザイン改善

1958年（昭和33年）通商産業省は通商局に「デザイン課」を設置したが、これに先立ち省内では通商局内に通商振興部の設置の方針があり、この中にデザインを統括する組織を設置すべきと議論がなされていたようである。1958年2月11日の衆議院商工委員会では「通商産業の基本施策に関する件」が議題とされ、この中で長谷川四郎議員からの「デザイン課の進むべき道」についての質問について、通商産業省通商局長松尾泰一郎は、以下のように答えている^{*11}。

「デザインの問題につきましては、二つの側面があるかと思えます。ただいまのご質問のような海外のデザインを日本のメーカーなり輸入業者が盗用する、それをいかにして防止するかという問題、もう一つは、輸出振興のためには、日本品のデザインが、海外に比べて劣ると申しますか、アップ・ツー・デートではないので、(略)もう少し斬新なデザインを作って、日本品の売れ行きをよくするというデザイン改善の問題、この二つが考えられるかと思えます」。この回答から、通商産業省はデザインを「デザインの盗用防止」と「デザインの改善の問題」という二つの軸から捉えていたことがわかる。また松尾は、これまで若干の措置はされてきたがと前置きし、「通商産業省におきましても、各局にそれが分散して、なかなかと統一的な行政ができないといふことで、今回設置法の改正を願ひまして、まず輸出振興のために振興部を設け、その中にデザイン課を一つもうけた」と説明している。

この「統一的な行政」の必要性について、グッド・デザイン商品選定制度の推進役でもあった特許庁長官井上尚一は、『グッド・デザイン』^{*12}の中で次のように述べている。「貿易問題としては通商局、中小企業問題としては中小企業庁、

■表1：デザイン政策関連年表（戦後～1960年）

年	主な出来事
1945	第二次世界大戦終戦 工芸指導所「戦後日本の工芸」発行
1946	日本国憲法公布（11月）→翌年5月施行
1949	ドッジ・ライン（3月）、4月に1ドル＝360円の為替レート設定
1950	朝鮮動乱が勃発（53年：停戦協定）
1951	サンフランシスコ平和条約締結（翌年、発効） 松下幸之助、米国視察より帰国、「これからはデザインの時代」 レイモンド・ローウィ来日、翌年）新装デザインの煙草「ピース」 日本宣伝美術協会（JAAC日宣美）結成 松下電器産業、意匠課設置
1952	輸出入取引法施行 毎日新聞社新日本工業デザインコンペ創設 工芸指導所は産業工芸試験所に改組 日本インダストリアルデザイナー協会（JIDA）設立 剣持勇、海外工芸事情研究（米国出張）、53年にも米国視察調査
1953	『口紅から機関車まで』レイモンド・ローウィ著、藤山愛一郎訳 国際デザインコミッティー設立、グッドデザインセレクション開始 東京芝浦電気、デザイン課設置
1954	英国が意匠盗用（繊維）で日本側に厳重抗議
1955	日本、GATT（関税及び貿易に関する一般協定）加盟 日本繊維意匠センター設立
1956	特許庁に意匠奨励審議会設置 昭和31年度経済白書「もはや戦後ではない」 日本生産性本部、工業デザイン専門視察団を米国に派遣 日本陶磁器意匠センター設立、日本雑貨意匠センター設立 日本、国際連合に加盟（80番目の加盟国、加盟申請は52年）
1957	グッド・デザイン商品選定始まる 『インダストリアル・デザイン』H・リード著、勝見勝・前田泰次訳 藤山外相、ロンドンで意匠盗用問題を迫られる 日立製作所、デザイン研究所設立
1958	『グッド・デザイナーその制度と実例』特許庁意匠課 通商産業省通商局にデザイン課設置、意匠奨励審議会を移管 日本貿易振興会（JETRO）設立、デザイン課設置 意匠奨励審議会『わが国デザインの問題点とその対策』答申
1959	日本手工芸品対米輸出推進計画開始（ラッセル・ライト計画） 輸出品デザイン法施行、日本機械デザインセンター設立 意匠奨励審議会をデザイン奨励審議会に改称 『百万人のデザイン』ヘンリー・ドレフェス著、勝見勝訳
1960	『輸出品デザイン法—解釈と実務』通商産業省通商局デザイン課 JETRO ジャパン・デザイン・ハウス開設 世界デザイン会議 WoDeCo 開催（東京、26カ国参加） 「国民所得倍増計画」閣議決定（池田勇人内閣）

意匠法の面からは特許庁、技術的助成の面からは工業技術院産業工芸試験所が扱うことになっており、さらに業種に応じて主務局として、重工業局、軽工業局あるいは繊維局があるといった具合である。率直に言ってデザイン行政の中心が欠けていたのである。この引用からも、デザインへの取り組みが進み期待が高まっていくなかで、通商産業省においても対処療法的対応を超えて、デザインを戦略的に活用すべしとの論議が高まっていたことが理解できる。

2) デザイン課の設置

このような背景と経緯のもと、通商産業省「デザイン課」は設置された。その初代課長新井真一は、後に大阪に設立された財団法人国際デザイン交流協会の初代理事長を務めるなどデザイン行政と振興に継続的に関わっていくが、役人風で

はない記事やレポートをいくつか残している。

特に同課設置直後に発行の『通商産業研究（特集・産業とデザイン）』に掲載された新井の「産業デザイン政策の方向」は^{*13}、「デザイン課」が当時置かれていた状況を、当事者の感情を消さずに描いている。「5月20日に新たに通産省通商局に『デザイン課』が生れた。役所としては思いきった片仮名の斬新な表現を用いたものである。これから何かが画かれようとして、真白いカンバスが用意されているごとくである。しかしデザイン行政なるものは今日決して真白いのではない（カンバスは決して真白いのではない）」。

そして、「行政の生態が、いかなる場合もそうであるように、経済実態から生ずる種々の問題の必要に応じてその対応措置が採られてきたのであり、この場合問題は当初局面的であるのが常であるから行政措置もその局面に必要な範囲に限定されて行政担当機関も深甚な考究を俟たずに仕事の分担を負わされてきた場合が多い。しかし経済の動きとその影響およびその包蔵する問題性の広さ、深さによっては、このような場当たり的な方法では済まされぬ場合がある。日本産業のデザイン問題は今日まさにそうなのである」と続けている。

かなり痛烈な役所批判であるが、さらにこの局所的対応については、「日本官僚のあの執拗にして周到な能力が実に遺憾なく発揮されている」と続く。こうしたやや自虐的とも思われる長い前書きの後に、新井は「デザイン課がこれから着手すべき仕事」として、3つの段階を示している^{*11}。第一は、既存事業を担当する行政機関とデザイン課の事務調整。第二はそれぞれの機関が実施している仕事の交通整理整頓。

そして三番目に、「デザイン行政の真空地帯の発見とその有効な補てん」が登場する。この課題こそ新設「デザイン課」のミッションであるはずだが、明確な政策は提示されず、「しばらくデザイン課はこの意味で大きな広い耳となる積りである」と述べるに留まっている。この記述から、創設当時の「デザイン課」の置かれたニュアンスとが窺えるが、この資料を読む限りでは、設置は周到に準備されたものではなく、通商局に通商振興部を新設するタイミングを捉えて一気に実現されたと受けとめてよいのではなかろうか。

3) デザイン奨励審議会の答申

通商産業省は、「デザイン課」設置の4ヶ月後の9月10日、「デザイン奨励審議会」を発足させる（この時点の名称は「意匠奨励審議会」であった）。省庁における審議会とは、大臣の諮問を受け、これに答え、政策ビジョンを答申する役割を担う。デザインに関連しては1956年に特許庁に「意匠奨励審議会」が設置され、「グッド・デザイン商品選定制度」の発足とその審査を担ってきた。「デザイン奨励審議会」は、この特許庁に置かれた審議会を移管したものであるが、その設置は「政令を以て設置された」^{*15}とあることから、より上位の位置づけがおこなわれたものと推測される。

「デザイン奨励審議会」は、同年12月に『わが国デザイ

ンの問題点とその対策』と題する答申を提出する。この答申は、「差当り来年度（1959年度）から実施を必要とする政策を中心」にまとめたところだが、前半では盗用模倣問題とその対応に焦点を絞って記述し、後半ではその対策としての政策を述べている。第一章「わが国輸出デザインの貧困」では盗用模倣の実態を告発し、第二章では「その要因」を指摘、そして「今日のデザイン問題は、わが国輸出貿易の振興にとつてその解決を急速に迫られている問題であつて、官民ともにこの問題に真剣に取りくまなければならない」と前置きし、第三章「わが国の今後のデザイン政策」では（1）「ジャパン・デザイン・ハウス」の創設、（2）日本手工業対米輸出化計画（いわゆる、ラッセルライト計画^{*16}）などの具体的な政策を提示している。

この答申は、グッド・デザイン選定商品などを参考写真として加えたパンフレットとして配布された。このような啓蒙的役割を想定してか、第四章に「英国等のデザイン政策の概観」を追記的に加え、また付録として「海外のデザイナー及びデザインチームの勧告抜すい」を掲載している。「英国等」では、特に終戦直前に発足した英国のデザイン振興機関CoID^{*17}の活動について、その年間予算を掲載して活動概要を紹介している。これは政策にある「ジャパン・デザイン・ハウス」の雛形提示であると同時に、政府がデザイン行政に取り組む根拠提示でもある。

一方「勧告抜すい」は、輸出向け商品のデザイン改善を図るために招聘した、主に米国のバイヤーやデザイナーの報告である。例えば「アートセンタースクール」の勧告では、次の部分が抜粋されている。「例へば私達は日本に於て国内的に生産されている陶磁器を拝見致しましたが、それは殆ど申合せた様に形が簡素で模様と上塗りが美しかったのであります。この同じ技巧が外国のバイヤーの要求により悪変せられ、結果的に多くの陶磁器が悪いデザインになるか、極端な模倣に墮している場合が余りにも多過ぎます。（中略）私達が日本で拝見した数多くの技術を以てすれば、メーカーも日本の国も、自慢して然るべき輸出品を作り出すことが可能であり、又現に作り出してもいる」。この抜粋には、盗用模倣問題克服に向けて士気を鼓舞していこうとする意図が窺える。

4) 輸出品デザイン法の制定

「デザイン課」は「デザイン奨励審議会」を進める一方で、盗用模倣問題の解決に向けて輸出規制をおこなう法律「輸出品デザイン法」を準備し、1958年末に招集された第31回国会に提示した。この法律は翌59年4月に公布され、同年10月に施行された。

「輸出品デザイン法」は、第一条に「輸出品のデザインの登録及び認定を行うとともに、あわせて輸出品に附される商標の認定を行うことにより、これらの模倣を防止し、もつて輸出貿易の健全な発達に寄与することを目的とする」とあるように、頻発する輸出品の盗用模倣に対応するため、特定

の商品に限ってではあるが、輸出するにあたりデザインや商標の「認定」を義務付けるという法律である。

盗用模倣問題については1955年から翌年にかけて日本繊維意匠センターなど3つの意匠センターが設置され、業界内自主認定機関として活動してきた。「輸出品デザイン法」は、この自主規制をさらに前進させ、施行と同時に設立された日本機械デザインセンターと、日本雑貨意匠センターの業務を吸収合併して設立された日本輸出雑貨センターを認定機関に指定し、法的規制にもとづく「認定」を得たデザインあるいは商標でなければ、輸出できないようにしたものである。

雑貨製品や光学機器がこの法律の対象とされたのは、業界としてのまとまりが悪いことがその要因といわれている^{*18}。雑貨・日用品は、商品領域も多様であり、それを生産する産地も業界団体も多岐に及ぶ。さらに団体に所属していない、いわゆるアウトロー的なメーカーや輸出業者も多いことから、自主規制が難しかったと思われる。

「輸出品デザイン法」は、強権発動の根拠となる法律であり、その対象と運営については様々な業界の憶測と論議を呼んだといわれている^{*19}。こうした疑問に答えるべく、当事者であるデザイン課長新井真一は、模倣はモラルの問題であるゆえに本来的には自主認定が望ましいとしたうえで、この法律は「輸出品検査法」のように強制認定を求めているのではなく、「この問題（模倣問題）に対する一つの有効な解決方法を提供」しようとするものであり、この法律は「業界の実情にそくしたデザインの保全措置」であると述べる^{*20}。

5) ジャパン・デザイン・ハウスの設立

日本貿易振興会（JETRO、ジェトロ）は、デザイン奨励審議会答申に基づき、1960年3月にデザイン振興機関「ジャパン・デザイン・ハウス」を開設した。これは、当時ジェトロ東京本部があった東京駅八重洲口の国際観光会館2階に、大型の展示場を備えた施設として登場した。

審議会答申は、この施設のあり方について異例と思われるほどに詳細を描いていく。まずその必要性について、英国のデザイン振興機関CoIDが運営するデザインセンターとデンマークのデザイン振興を兼ねた大型販売店「デン・パーマネント」を成功例としてあげ、「このような施設の設置は、早くからわが国デザイン関係者間の強い希望であったし、日本を訪問するデザイナー、マーチャンドライザー、バイヤーも異口同音に勧告しているところである」と述べる。

そして、その活動もCoIDの事業展開を下敷きとして、「権威ある選定委員によって選定された日本の優秀デザインを常時展示する施設」であって、その展示ディスプレイには特に考慮が払わねばならず、また「CoIDのデザイン・インデックスのような展示品の生産、販売に関する必要なインフォメーション室が附置される」と具体的な指示をおこなっている。この記述からも、「ジャパン・デザイン・ハウス」は、英国のCoIDを念頭に設置されたことは明らかであろう。

答申は、「ジャパン・デザイン・ハウス」の機能役割として、第一に「優秀デザインの海外宣伝」を、第二として「国内の輸出産業に対する啓蒙効果」をあげる。ここでも英国のCoIDは外的内的両面で成功していると述べるが、設立以降の「ジャパン・デザイン・ハウス」は、CoIDのデザインセンターとは異なる発展の道を辿っていった。「ジャパン・デザイン・ハウス」が活動していく60年代は、国内市場が急速に拡大し、耐久消費財メーカー等のデザインニーズもまた急増していった時期と重なる。ジェトロはこうした要求に応え、海外調査情報収集活動を強化していく。

特に1964年にニューヨーク、翌年にはハンブルクのジェトロセンターに産業工芸試験所出身のデザイン専門家の駐在が開始されたことによって、デザイナーの眼が様々な事業に活かされるようになった。例えば、ジェトロの前身組織の段階から取り組まれていた海外でのデザイン商品の収集は、全国の地場産業産地にとっては、質の高い欧米商品を手にとって見られるほとんど唯一の機会となっていたが、産地の動向を熟知しているデザイン専門家が商品を選び始めたことで、その効果が大きく上昇したといわれている^{*21}。

また小さな事業ではあるが、この時期から海外の一般家庭の生活シーンをスライド化し、産地や企業に貸し出す事業なども展開されている。大企業であっても海外のデザイン情報の収集が難しい時期にあって、「ジャパン・デザイン・ハウス」経由で入手できる情報は、極めて貴重であった。

6) 行政の推進体制の確立

以上の経緯を要約すると次の通りである。通商産業省は1958年5月に通商局に「デザイン課」を設置する。特許庁の「意匠奨励審議会」を移管し、その年のうちに答申を得る。翌59年には「輸出品デザイン法」を成立させ、さらに60年には答申に基づきジェトロが「ジャパン・デザイン・ハウス」を開設する。

通商産業省は、ほぼ2年間という短期間に、行政としてデザイン政策を組織的に推進していく体制を整えた。中核組織、法律、政策策定機関、実務機関の構成は、通商産業省が特定の産業分野を視野に組織的に政策を展開していく際の基本的なスタイルであり、ここからも通商産業省がデザインに本腰をいれて取り組もうとしていた様子が窺える。

審議会答申には、推進体制の完成年度ともなった「昭和34年度（1959年度）通産省デザイン関係予算概要」を別表として添付している^{*22}。この一覧表を見ると、予算総額は175,903千円となりかなり潤沢である。内訳は、1)「輸出品デザイン法」に関係する意匠センター関連の予算が81,641千円、2)「ジャパン・デザイン・ハウスの運営」を含めたジェトロ意匠向上事業補助予算は90,657千円、これに総合デザイン展覧会予算3,605千円が加わっている。

さらに特徴的なところをみると、デザイン調査員長期海外派遣、在外研究員派遣、産業意匠改善研究員海外派遣といっ

た海外へのデザイン関係者の派遣総額が37,900千円に及ぶ。一方海外での情報発信としては、デザインの優れた地場産品を海外で紹介する展示会開催として24,113千円、さらに第12回ミラノ・トリエンナーレ参加として9,302千円が計上されている。海外のデザイン動向の把握と海外での日本デザインの広報を合わせると約7千万円に及ぶことから、行政の方向性がいわゆる盗用模倣防止対策からデザイン振興へと向かいつつあったことが理解できる。

4. インダストリアルデザインの振興

1) 盗用模倣対策論への疑問

日本のデザイン行政については、日本製品の盗用模倣対策がその出発点といわれてきた。設置の経緯を追い、また行政がデザインに取り組む行政的根拠が「輸出品デザイン法」であることを考えれば、このような理解も妥当ではないかと思われる。しかし、中央官庁の「課」は大きな権限をもつ行政組織であり、諸外国からの様々な圧力に応え、目に見える対策を示さなければならなかったと仮定しても、防止とその対策のみをもって創設できたとは想定しがたい。また既存の諸政策を統合するためという便宜的な説明も、「課」設立の積極的な要因としては希薄であろう。

むしろ設立後の政策の重心がデザイン導入による国際競争力強化に向かっていることからみても、盗用模倣防止は直接的な契機ではあるものの、「デザイン課」設置の背景には通商産業省として対策論を超えた明確な政策意図があったと理解すべきであろう。その意図は「デザイン課」という名称に潜んでいる。設置検討当初は「産業デザイン課」といわれ、特に英文名称は「Industrial Design Section」と書かれているように、わが国産業界への「インダストリアルデザイン」の導入・推進にほかならない。

2) インダストリアルデザインの必然性

まず行政ビジョンを提示する役割を担う「デザイン奨励審議会」答申が、「インダストリアルデザイン」をどのように理解していたかをみていこう。1958年答申は、「その要因(輸出デザインの貧困の要因)」の中で、次のように述べる^{*23}。

「およそデザインの西欧における近代概念は商品の総合的な性質として機能と形態との融合美を意味し、それは生活の実用に即した必然性のある形態であつて、単なるスタイルとか装飾とかいわんや流行の概念とは峻別される。このようなデザイン意識は欧米において早く1930年頃より展開を始め、その後の発展は極めてめざましく、デザイン創作による市場競争が経済発展の大きな推進役を努めている。

欧米企業が如何にデザインのために多くの金と人と時間を使っているかは想像以上であり、企業内のデザイン部門はトップマネージに直結し、セールスとエンジニアリングとデザインは密接に協働されて運営されて居り、デザインの決定は企業の最高責任にされている。かつてクライスラー自動車会

社はデザインの決定を誤つたことで社運を傾けた事例さえある。このような海外における企業のデザイン努力と比較してみると、実に著しい立ち遅れが我国にみられるのである。

この審議会答申は、「輸出デザイン貧困の根本的な原因は我国産業のデザイン意識の安易さという、業界自体の姿勢の問題に根ざしており」という結論ありきの視点から記述されているためか、それ以降の答申とは異なり、やや挑発的な文体をもって書かれている。また引用の前段と後段では、デザインについての理解が異なっていることに気づく。前段には「機能と形態との融合美」とあるよう、造形論ないし設計方法論として論じられている。一方後段では、アメリカの事例を踏まえていることからみて、明らかにアメリカ発祥の「インダストリアルデザイン」に言及したものであり、企業戦略論ないし産業論としてのデザイン活用が語られている。

3) 産業経済論としてのインダストリアルデザイン

では、通商産業省は、「インダストリアルデザイン」をどのように理解し、行政として受けとめようとしていたのだろうか。「デザイン課」がまとめた「輸出品デザイン法」の解説書籍^{*24}は、冒頭部分に「デザインとは——デザインの近代概念」を掲載している。以下引用する。

「デザインとは、『およそ商品は人間生活の用に供するものではないか』という、本源的で素朴な商品の本質への問いに対決するものである。そしてこの商品の本質に立ち返つてみて、新しく商品を創造し、改造しようとする考え方、発想、計画、プロダクト、プランニングがデザインなのである」。まずデザインは一連のプロセスと述べるが、この書籍の発行が1960年であることを考えると、極めて先進的な理解がなされているといえよう。

若干補足すると、この法律の第二条は「この法律で『デザイン』とは、物品の形状、模様若しくは色彩若しくはこれらの結合又は物品の有する機能に基いてこれらが変化する場合におけるこれらの変化の状態であつて、外観を通じて識別することができるものをいう」としている。意匠法の「意匠」の定義とほぼ同じである。この定義では、答申等が否定しようとする「デザイン=外観」という解釈と同様に受けとめられかねず、この法律の解説にあたって、デザインの本質について述べようとしたものと思われる^{*25}。

上述引用箇所は、さらに「商品のデザインとは、機能と形態を融合した商品の総合的な性質である」として、次のように続けられている。「このようなデザインの考え方は、欧米先進諸国では1930年頃からすでに確立して、企業はデザイン活動を極めて重要視し、デザインをその市場支配の有力な武器と考え始めてきていた。基本的な素材商品を除いては、世界の商品経済は今や人間の精神活動の所産の売買であつて自然物のそれではない。いいかえれば、原料価格が最終価格の大きな割合を占めている商品の経済——自然物的な要素の強い経済——から離脱しつつあるともいえるが、それを

可能たらしめる大きな要因の一つは、本質的な意味におけるデザインである。少くとも、欧米諸国の企業はそのようなつきつめたデザインの観念に立っており、これに対する大きな資金投入を惜しもうとしない。このようなデザインの本質観念の点では、日本は極めて立ち遅れている」。

なぜか「欧米」と記されているが、この一文は明らかにアメリカにおける「インダストリアルデザイン」の発展について述べている。注目すべきは、今日の市場経済は物質的な要求の段階をこえ、精神的な満足を前提としており、デザインはその発展を担ったという指摘である。産業社会におけるデザインの役割を理解する上で最も本質的な視点である。ただデザイナーの間で語られるデザイン論ではほとんど語られていない。こうした理解の深さからも、行政がデザインとその社会的効用を極めて的確に把握していたことが理解できる。

この部分は初代課長の新井の執筆と推測されるが、他の資料等を併せて読むと、新井は「インダストリアルデザイン」の活用が既にデファクト化しており、アメリカが主導する国際的な商品競争に挑むためには、行政が率先して日本企業への導入を図らなければならないと考えていたと推察できる。

4) インダストリアルデザインの輝き

「インダストリアルデザイン」について、審議会答申など当時の文献を読むと、例えば「実に著しい立ち遅れが我国にみられる」²⁶など、日本での認識が至らなかったことを嘆き悔やむような一文がしばしば登場する。「実に著しい」と加えざるをえないある種の切迫感にこそ、デザインを推進しようとする根底的な動機が現れている。

デザイン行政が開始された時期は、敗戦から10余年しか経っていない時代である。敗戦の痛手を乗り越えようとした時、既にアメリカの企業は、「インダストリアルデザイン」を活用しその基盤を大きく発展させていた。しかもこの「インダストリアルデザイン」は、アメリカを中心に進展する戦後世界経済の牽引を担い、新たな生活文化を生み出していく大きな駆動力にすらなっていると気づいたのであろう。

当時の「インダストリアルデザイン」は、量産品を対象とする工業デザインやものづくりのデザインといった限定的なデザイン概念ではなく、企業を成功させるデザイン、成長を導く方策といった理解が妥当であるように思われる。アメリカの繁栄を追いかけようとする国々にとっては、明日の社会をつくる、新しい文明を築く鍵として、憧れの眼をもって見たのではなからうか。1951年のアメリカ視察からの帰国に際し、松下幸之助が「これからはデザインの時代」と叫んだという神話も、日本の経営者がアメリカで生まれたデザインの巨大な力を発見した逸話として受けとめるべきであろう。

戦争へ向かう中で、そして戦後復興の中で、統制経済を推進してきた商工省出身の行政官たちにとって、デザインという市場経済を背景とした力強い産業推進力を見逃していたことは痛恨の至りであったに違いない。こうした感情が背後

にあるがゆえに、追いつかなければとの決意もより一層強くなっていったと推測される²⁷。追いつこうという眼で見ると、戦勝国である英国でさえ戦争終結を見越して「インダストリアルデザイン」を振興する機関 CoID を設立し、56年4月には輸出を推進するデザインセンターを開設していた。

こうして CoID を良き先行例として²⁸、行政としてデザインを推進していく体制を具体的に構築していくべきとの見解が勢いを得て、実現への途を歩んだ。そのような推移を鑑みると、当時の通商産業省には一部にせよ、産業社会におけるデザインの本質を理解し、デザインを産業経済論として語れる人材が存在していたことは間違いないだろう。

5. デザイン行政開始の経緯とその効果

デザインの重要性を理解し、その推進を省内行政官レベルで決意したとしても、それが必要不可欠であると明快に議会等で説明できなければ、行政としての行動は起こせない。おそらく「インダストリアルデザインの推進」というテーマでは、議会等を含め理解を得ることが難しかったのではないか。

そこで、盗用模倣問題について何らかの対応が急ぎ必要とされたことを契機として、外交問題化していた盗用模倣対策を正面に掲げ、かねてより省内で練られてきたデザイン振興を組織的に展開するという筋書きが描かれたのではあるまいか。当時の日本にとって輸出は死活問題であり、国際社会への復帰を急ぐ日本としては、デザインは新鮮な政策テーマでもあった。通商産業省は、デザインにいわば「守り」と「攻め」を担わせることで、通商政策の戦略的役割を發揮させる、こうした意図をもって通商局にあえて片仮名で表記した「デザイン課」を設置したのであろう。

このように出発した日本のデザイン行政は、想定を遥かに超える影響力を發揮できたように思われる。「デザイン課」がめざした政策の達成状況を見ると、盗用模倣防止策については、従来からおこなわれていた繊維・陶磁器業界の自主規制も進み、「輸出品デザイン法」の制定とそれに基づき認定をおこなう機関が整備された。その後大きな政策変更もないことから、これらの政策は順調に成果をあげたと推定される。審議会答申が「今後のデザイン振興策」の一番手として提示した「ジャパン・デザイン・ハウス」では、構想通りに優秀デザインの選定と常設展示などので主要事業が実現されている。この装置は、海外のデザイン情報を日本に紹介する役割を強めていくが、この転換によって利用者の幅が大きく広がり、デザインの普及により一層寄与できたと思われる。

また、地方庁は中央官庁の組織を習うという日本独特の行政の仕組みも、ここでは有効に機能した。通商産業省の「デザイン課」設置は、都道府県の商工部等にデザイン行政の担当が配置されるなど波及効果をもたらした。多くは兼任程度であったと思われるが、本庁の所管とされたことによって、出先の試験研究機関に所属するデザイン専門職が、地場産業の振興活動等により関与できる環境が整えられていった。

さらに、具体的成果以上の波及効果をあげたのは、デザイン行政の出発そのものが発揮した、大きなアナウンス効果もあったと考えられる。通商産業省における「デザイン課」設置という事実は、「デザインは芸術ではない」という宣言にほかならない。企業経営者にとって、デザインの重要性を理解しても、それを気難しい芸術家に託すのであれば、気の重いことであつたらう。通商産業省が発したメッセージは、デザインは企業経営の言語で語られるべきものであり、欧米の企業はそのことによって成功を勝ち取っていた、と述べる。デザインはこちら側に属するという公式見解に触れて、多くの企業経営者は安心感を覚えたはずである。

6. おわりに

一方、デザイナー、特に企業に勤務するデザイナーにとっても、デザイン行政の出発はある種の安堵感をもたらしたように思われる。初代デザイン課長を務めた新井真一のデザインへの理解の深さについては先に述べたが、市場の変質を的確に捉え、それを導くデザインの効果効用を語りうるデザイナーは皆無に近く、まだデザインを経営の言語に置き換えて説明できる人材も極めて少なかった時代である。

雇用されているかフリーランスとして契約を結ぶに関わらず、デザイナーの第一の使命は、発注者の利益の拡大を図ることに他ならない。しかし日本のインダストリアルデザイナーは、多くの優れたデザインを産み出していくにも関わらず、アメリカの先駆者達とは大きく異なり、その成果を経営経済の視点から語ることを躊躇し、さらには現世的な価値を超越していることを誇りとするような風潮もみられた。このようなデザインの言説に従えば、利益追求を前提とする企業に所属するデザイナーは、ある意味で肩身が狭い存在である。

通商産業省によるデザイン行政の出発は、こうしたデザイン界のみに通用する論理を超えて、デザインをより広範な産業経済の視点から位置づけた。これによって、企業内デザイナーとその活動を正当に評価する視点を与えるとともに、「デザインは競争の武器」とまで明言することで、新しい企業や人材のデザインへの参入を誘導しえたと考えてよい。デザイン行政は「産業のためのデザイン」を提示することで、芸術的表現としてのデザインを乗り越え、それ以降のデザイン活用拡大の端緒を開いたとも受け止められよう。

デザイン行政の開始時期が、高度経済成長の直前であったことも理解しておくべきである。デザインを海外市場開拓の核心として捉えるという発想、それを実現するためにデザインとデザイナーに明確な立ち位置を与えるという姿勢こそ、その後の日本の産業的社会的発展の大きな契機となったことは間違いあるまい。このような意味で、1950年代後半の通商産業省によるデザイン行政の開始については、戦略的に成功したと見ることができるだろう。

註及び参考文献

- * 1 デザイン振興政策アーカイブ <https://design-archives.jp/>
- * 2 レイモンド・ローウィがデザインした日本専売公社のタバコ「ピース」(1952年発売)のパッケージデザインは有名である。
- * 3 藤山愛一郎「日本工藝の今後の行き方」『戦後の日本工藝』商工省工藝指導所、1945年11月
- * 4 1952年、毎日新聞社主催による企業をスポンサーとした新日本工業デザイン・コンペが創設された。初回は松下、パイロットなど12社が協賛参加した。
- * 5 柳工業デザイン研究会(1950年設立)、KAK(1953年設立)、GKインダストリアルデザイン研究所(1957年設立)など
- * 6 日本生産性本部・米国工業デザイン視察団(1956年)、ジェットロ留学生制度(1955年～)、産業工芸意匠試験所・外国人意匠専門家招へい計画(1956年～)など
- * 7 特許庁意匠課監修『グッド・デザイン——その制度と実例』中小企業出版局、1958年
- * 8 読売新聞 1958年9月28日夕刊(ロンドン27日発=共同)
- * 9 『財団法人日本機械デザインセンター20年史』財団法人日本機械デザインセンター、1979年
- * 10 通商産業省通商局デザイン課『輸出品デザイン法 解釈と実務』新日本法規出版、1960年
- * 11 国会会議録検索システム <https://kokkai.ndl.go.jp/#/>より「第28回 衆議院 商工委員会 第4号 昭和33年2月11日 通商産業の基本施策に関する件」
- * 12 前掲*7
- * 13 新井真一「産業デザイン政策の方向」『通商産業研究 No.65』1958年7月
- * 14 前掲*13
- * 15 意匠奨励審議会『わが国デザインの問題点とその対策』1958年12月、まえがき
- * 16 アメリカのデザイナー、ラッセル・ライトから提案された日本の優秀工芸品の対米輸出推進事業が、日本手工業対米輸出化計画として実施された。
- * 17 英国産業デザイン協議会 Council of Industrial Design (CoID は略称)
- * 18 前掲*9、「日本の3意匠センター」『工芸ニュース』1958年1月号
- * 19 通商産業省通商局デザイン課『輸出品デザイン法 解釈と実務』新日本法規出版、1960年
- * 20 新井真一「輸出品デザイン法とその効用」『工芸ニュース』1959年9月号
- * 21 岩井一幸「國井喜太郎没後50年(3) ジャパンデザインハウスの設立——英国産業意匠協議会 CoID を指針に(資料復刻)」『INDUSTRIAL ART NEWS No.53 + 産業工芸研究 No.35』2019年3月、1951年から1970年までの20年間に総額1億1800万円、延べ3万点の見本が収集された。
- * 22 前掲*15、pp.24
- * 23 前掲*15、pp.4-5
- * 24 前掲*19
- * 25 新井は前掲*20の中で、「この法律で『デザイン』とは外観から識別できるものに限定しているが、これは法律技術上そうならざるを得なかったため、経済社会的なデザインの通念とは厳密には違っている」と、ことわりを入れている。
- * 26 前掲*15、pp.5
- * 27 例えば新井は「デザイン課の発足に当って」『工芸ニュース』1958年9・10月号の中で「東畑精一教授の『アメリカ資本主義見聞記』(岩波新書)を読み非常に感動をおぼえました」とまで書いている。
- * 28 産業工芸試験所作成(翻訳)の海外工芸調査資料「英国工業デザイン協議会年報」(1945～50)が確認できる(作成年の記載がないが1950年代前半と推定される)。