

デザイン盗用の防止から クール・ジャパンまで

経済産業省商務情報政策局クリエイティブ産業課デザイン政策室 係長 小林 佑二

抄録

私が出向している「デザイン政策室」は、ここ2年の間に、組織が大きく変わりました。はじめは製造産業局の一つの業所管課室だったのですが、今は、商務情報政策局の中に新しく設立された「クリエイティブ産業課」の一つの室として、クリエイティブ産業政策の重要な役割を担っております。

一方、過去を振り返ると、1958年にデザイン課が設立されたときからデザイン行政のミッションは変わっておらず、産業にデザインをどう組み入れるかということが言われ続けていますが、近年は、「デザインの振興」と「社会的な価値の向上のためのデザインの活用」をデザイン政策の大きな柱として、国際・国内両方の施策を積極的に実施しています。

本稿において、私の担当した仕事の一部をご紹介します。これにより、庁外の雰囲気や少しでも感じて頂ければ幸いです。

■ はじめに

現在、私が所属する部署は、(上の「肩書き」のとおり)「経済産業省商務情報政策局クリエイティブ産業課デザイン政策室」となります。平成22年4月、私が出向した当初は「同省製造産業局デザイン・人間生活システム政策室」といった組織でしたが、その後「デザイン政策室」を取り巻く環境は大きく変わりました。同年6月、デザイン政策室のメンバーを中心として製造産業局の中に「クール・ジャパン室」が新設され(私は「デザイン政策室」の所属のまま)、平成23年7月、商務情報政策局の中に、製造産業局の複数の課室が母体となった「クリエイティブ産業課」が新設されました。多いのか少ないのかはわかりませんが、私は、この1年半の間に課室編成に伴う引っ越しを2回経験しております。

本稿では、まずはじめに「デザイン政策室」の組織とその変遷についてご紹介し、次に、本稿のメインである「デザイン政策室の業務」と「私の担当業務」についてご紹介致します。最後に「過去のデザイン政策」をご紹介しつつ、過去と現在を見比べてみようと思います。

■ デザイン政策室の組織変遷

まずは昔話から。

日本製品が海外製品の「ものまね」であった時代、1958

(昭和33)年5月20日、通商産業省通商局に「デザイン課」が設立されました。当時は、海外のデザイン盗用が国際的な問題となっており、外務大臣がロンドンの空港で盗用問題に対するクレームを受けて立ち往生するといった事件が発生するほどでした。そこで、「盗用防止と輸出品の高級化」を目的に「デザイン課」が設立されました。(この点につきましては、後ほど改めて記載致します。また、初代デザイン課長の寄稿文「デザイン課の発足にあたって」¹⁾に詳しい記載がございますので、関心ある方はご覧になって下さい。)

輸出促進を目的に盗用問題に対処したデザイン行政も、90年代に入り一旦の役割を終え、1997(平成9)年に「輸出品デザイン法廃止」、1998(平成10)年の「Gマーク事業の民営化」を経て、2000年代、製造産業局の中に「デザイン・人間生活システム政策室」が設置されることになります。

そして、2010(平成22)年4月、私は「デザイン・人間生活システム政策室」へ出向することとなりました。

1. デザイン・人間生活システム政策室

私が出向したときの「デザイン政策室」は、正式には「デザイン・人間生活システム政策室」といった組織名²⁾で、デザイナーの支援やグッドデザインの海外展開を推し進める「デザインプロモーション」と、人体寸法計測を支援し

1) 参照「デザイン課の発足にあたって」(新井真一、1958(昭和33)年、『工芸ニュース』)

2) より正確にいうと「経済産業省製造産業局紙業生活文化用品課デザイン・人間生活システム室」。。長いですね。

たりキッズデザイン³⁾による製品開発を支援する「ソーシャルデザイン」を大きな柱として、デザインに関する施策をおこなってまいりました。

デザイン政策室の執務室は本省庁舎の本館6階西にあり、同じ西側のフロアには、家具や日用品を所管する「日用品室」、伝統的工芸品を所管する「伝統的工芸品産業室」、アパレル産業や繊維産業を所管する「繊維課」などがありました。これらの課室が所管する産業と「デザイン」は比較的に融和性が高く、複数の課室が連携して調査事業⁴⁾や海外展開支援の事業などを行っていました。

この時の連携が、後の「クール・ジャパン」や「クリエイティブ産業課の設置」につながっているのだと感じます。

2. クール・ジャパン室の設置

平成22年6月に「クール・ジャパン室」が製造産業局の中に設置されました。後になってみると、この室は「クリエイティブ産業課」設置の準備室としての役割を担っていたように思えます。

「クール・ジャパン」とは「カッコいい日本」の意味で、1990年代に、英国ブレア首相がおこなったクリエイティブ産業振興施策「クール・ブリタニア」にならった言葉です。海外から高く評価されている日本のモノやコトの良さを日本人が再認識し、海外へ展開し、世界から共感を得る。そのようなモノやコトが「クール・ジャパン」であると、私は認識しております⁵⁾。

デザイン政策室のメンバー（のうちほぼ半分）が中心となりクール・ジャパン室が組織されました。私は、引き続きデザイン政策室に所属していたのですが、クール・ジャパン室設置とともにデザイン政策室も本館5階東へ引っ越すことになります。ちなみに、この時の東側のフロアには、製造産業局筆頭課室である参事官室があり、特許庁からの出向者も多い模倣品対策・通商室もありました。

3. クリエイティブ産業課の設置

クール・ジャパン室が設置されて約1年が経った平成23年7月、商務情報政策局の中に「クリエイティブ産業課」⁶⁾が設置されます。クリエイティブ産業課は、クール・ジャパン室やデザイン政策室⁷⁾などの製造産業局の課室と商務

情報政策局の一部の部署により組織されることとなります。ここで、また引っ越しです。今度は、商務情報政策局のフロアである4階西に引っ越しました⁸⁾。お隣は、コンテンツ産業を所管する「メディア・コンテンツ課」です。こちらにも、特許庁からの出向者がいらっしゃるので、時々、仕事の愚痴…ではなく、仕事の相談相手になってもらっております。

デザイン政策室は、従来からの「グッドデザインに関する施策」や「キッズデザインに関する施策」を進めつつ、クリエイティブ産業課の施策を実施する際の、デザイン業界とのカウンターパートとしての面も担うこととなりました。

ここまで、組織の変遷についてご紹介致しました。次に、業務についてご紹介しようと思います。

■ デザイン政策室の業務

デザイン政策室の業務は、「デザインプロモーション」と「ソーシャルデザイン」の2つの大きな柱から構成されます。

「デザインプロモーション」とはその名のとおり「デザイン」そのものの振興であり、デザイナーの支援やグッドデザインの海外展開の支援をおこなっております。一方、「ソーシャルデザイン」とは「デザイン」の社会的な価値が向上するために「デザイン」の活用の方が広がることを目指しており、主に「キッズデザイン」による製品開発の支援をおこなっております。

また、クリエイティブ産業課の業務として、クリエイターに関わる制度的課題を解決するために何ができるかを検討したり、各国政府とのクリエイティブ産業の協力体制の具体策として、デザインの分野で何ができるかを検討しております。

ここから、私が今までに担当した業務について、ご紹介しようと思います。

1. デザイナー派遣事業 @中国・上海

一つめは、「デザイナー派遣事業」についてご紹介致します。この事業は、選抜された若手デザイナーを海外へ派遣し、商談会や見本市出展の支援をおこなったものです。選抜されたデザイナーは30代の方が中心で、ちょうど私と

3) キッズデザインとは、子どもの視点で安全・安心や健やかな成長・発達を実現するように配慮されたデザイン。

4) 参照『平成21年度中小企業支援調査（生活文化産業支援のあり方に関する調査）調査結果報告書』

5) 参照『クール・ジャパン官民有識者会議提言』

6) これまた正式名称がございます。正式名称は、「生活文化創造産業課」です。

7) この時、室の正式名称も「～人間生活システム」が取れ、単なる「デザイン政策室」となりました。また、私とデザイン担当補佐ともに、本課のクリエイティブ産業課に併任がかかっているため、独立した室というよりは本課の一つの原班としての色合いが強いので、所属をいうときは「～クリエイティブ産業課デザイン政策室」と呼ぶことが多いです。細かな話ですが。

8) お気づきの方もいらっしゃるかもしれませんが、デザイン政策室は、周囲の組織が変わるたびに、6階西→5階東→4階西と引っ越しをしております。フロアが一つ違うだけでも景色や雰囲気や日々の動線が全く異なることに気が付かされました。

同じ世代で活躍されているデザイナーの方々でした。そのほとんどが、デザイナーであると同時に、事務所の経営者でもあるため、同世代とは思えぬ程しっかりとした意志を持っている方で、これからの日本のデザイン界を担っていくであろう人たちにこの事業を通じて出会えたことは、私にとってすごく幸運なことだったと思います。

派遣は、アジア1カ所とヨーロッパ1カ所の計2回を企画し、上海での商談会と、パリでの見本市への出展支援をおこないました。私は、上海での事業を担当し、これまた幸運なことに上海への出張の機会を頂くことができました⁹⁾。

中国におけるデザインは、この事業に取り組むまでは全く未知なものでしたが、ニーズを調査したり現地の方のお話を聞くにつれ色々なことがわかってきました。「ものまね」のイメージが強い中国ですが、現地企業は「日本のデザイン」が高いレベルであると認識しており、また、デザインを企業の経営戦略の一つとして認識することが、少しずつではありますが浸透しているようでした。しかし、既に欧米のデザイン企業や製造業が進出しており、特に、医療機器などの分野では欧米のデザインがかなりの勢いで浸透している、といった実態を掴むことができました。

中国において日本のデザインを売り込む際の問題は、「デザイン料」と「言葉」です。如何に良いデザインを提供できたとしても、クライアントの望む金額で受けることができれば契約には至りません。既に日本を含む外資系企業と仕事をしたことのある中国企業は、比較的高いデザイン料でも支払う判断をすることができ、また英語での意思疎通にも慣れていたため、こういった企業との商談はうまく進みました。

また、日本の製造業と異なり、いきなり企業のトップと商談がおこなわれるケースもあり、そこで気に入られることができればトップダウンで商談が進むといったケースも



講演の様子

ありました。企業としての意思決定のスピードに、急成長を遂げている中国ならではのダイナミックさを感じました。

最終的には、数組のデザイナーが成約に至り、今も中国企業と仕事を進めておりますので、この事業によって一定の成果を得ることができたと言えます。そして、私にとっては、同世代のデザイナーとの交流を得ることができたことが最大の成果でした。今でも、デザインのイベントなどで出会うことも多く、デザイナーの方が活躍している姿を見ると、(彼らを支援する立場にある)自分ももっと頑張らなくてはと感じます。

2. グッドデザイン海外展開事業 @インド

続いて、「グッドデザイン海外展開事業」についてご紹介致します。これは、グッドデザイン賞¹⁰⁾の海外展開を後押しすることで、日本のデザインの良さを伝え、デザインに対する理解を浸透させると同時に、Gマーク¹¹⁾を付した日本企業製品の海外での売上を増加させることを目的におこなっている事業です。

私が出向する前の平成21年度までの3年間はタイへの展開事業をおこなっておりました。このときは、タイのデザイン賞設立を支援しつつ、新しく生まれたデザイン賞と日本のグッドデザイン賞のコラボレーションによる海外展開が実現されております。事実、タイにおいては、デザインに対する理解が進むとともに、タイのデザイン賞のみならず日本のグッドデザイン賞が認知されることとなり、Gマークを付したタイ日本企業の製品の売上が向上するという成果を得ることができました。

これに引き続き、平成22年度からはインドに対するグッドデザイン賞の海外展開を支援することとなり、タイのケースと同様に、まずはインドにおけるデザイン賞設立



商談会の様子

9) 実は、この時の上海出張が生まれて初めての海外への渡航でした。

10) 1957年に、通商産業省がグッドデザイン選定制度を開始。1998年に事業が民営化され、現在は、継承事業を公益財団法人日本デザイン振興会が運営。

11) Gマークとは、グッドデザイン賞を受賞したものに与えられるマーク。赤い丸と白い「G」により構成されたマークで、見たことのある方も多いはず(認知度は、87.7%)。デザインは、東京オリンピックのポスターで有名な亀倉雄策氏。



日本での受入研修の様子



インド・デリーで開催したグッドデザイン展の様子

を支援しつつ、日本の優れたデザインの製品をインドにおいて展示することとなりました。

具体的には、(1) 日本からインドへデザイン賞設立に向けた専門家の派遣、(2) インドから日本へ関係者を招聘し、日本企業の見学やデザイン賞の審査の見学などの受入研修、(3) インドにおいて日本の優れたデザイン製品の展示会、をおこないました。

残念ながら出張旅費の予算の都合、インドへ出張させて頂く機会はなく、私は日本への受入研修のアテンドを担当しました。

直接、インドの方とコミュニケーションを取る機会はそれほど多くはなかったのですが、インドはとても不思議な国だと感じました。というのも、インドの方は、考え方や話す内容はすごくロジカルで端的なのに、時間の捉え方がとてもゆっくりなのです。メールをしてもなかなか返事がなかったり、こちらからの仕事の申し入れを平気で延期したり。私たちは皮肉を込めて「インドタイムだからしょうがない」と言っていたりもしましたが、幹部の出張行程を調整している時はさすがにしぶれました。

現地調査によると、インドにおける消費者の購買行動の一番の要素は「価格」のようです。まだまだ、デザインに対する理解が浸透するのは時間がかかるかなと思っていましたが、展示会でのアンケートを見てみると、日本製品やデザインに対する関心は高く、今後、中間所得者層が成長するにつれ市場が成熟に向かった際には、インド市場において「デザイン」が重要な要素になるものと思います。まだ始まったばかりのこの事業ですが、将来のデザイン界における日印間のかけ橋となることができれば良いと感じております。

3. 国際デザイン会議 @台湾・台北

三つめは、台北でおこなわれた国際的なデザイン会議へ

参加した時の様子をご紹介します。

デザイン政策室では、分野ごとに8つのデザイナー団体¹²⁾を所管しております。この所管団体の一部も属している国際的なデザイナー団体が世界には3つあり¹³⁾、この3つの国際デザイナー団体が将来の統一に向け1つの場所(=台北)で総会をおこない、それと併催する形で、色々な会議や展示会をまとめてやってしまおうという大きなデザインのイベントが、今年度11月下旬に台北で催されました。

ここでは、台湾が、韓国や中国と同様にデザイン政策にかなり力を入れていることを実感することができました。というのも、台北市が街を挙げてこの大きなイベントをバックアップし、重要な場面では台湾の行政府がしっかりとコミットしていることをアピールしていたからです。

これらの国の工業製品が「ものまね」から「独自の価値感により高付加価値を与えるもの」へと変わりつつある中、「デザイン」というエッセンスを、国を挙げて取り入れているかのような大きなうねりのようなものを感じました。特に、韓国の製品は「高付加価値」を与えるだけでなく、かつて世界を制した日本の工業製品に取って代わり、世界のトップとなりつつあります。



会議の様子

12) (社) 日本インダストリアルデザイナー協会 (JIDA)、(社) 日本インテリアデザイナー協会 (JID)、(社) 日本クラフトデザイン協会 (JCDA)、(社) 日本パッケージデザイン協会 (JPDA)、(社) 日本グラフィックデザイナー協会 (JAGDA)、(社) 日本ジュウリーデザイナー協会 (JJDA)、(社) 日本サインデザイン協会 (SDA)、(社) 日本ディスプレイデザイン協会 (DDA) の8つ。通称D8。

13) ICSID (インダストリアル)、ICOGRA (グラフィック)、IFFI (インテリア) の3つ。



展示会の様子



台北の地下鉄構内

隣国の台頭という危機感も覚えつつ、国籍関係なく皆で議論して時間を共有する、といった国際的な交流の大切さも感じました。短い時間の出張でしたが、とても貴重な体験であったと思います¹⁴⁾。

ここまで、私が担当した業務を紹介致しました。国際的な案件ばかりになってしまいましたが、私は国際担当というわけではなく、通常は、圧倒的に国内の案件の方が多いです。

最後に「過去のデザイン政策」をご紹介しつつ、過去と現在のデザイン政策を見比べてみようと思います。

■ 過去のデザイン政策

冒頭にもご紹介させて頂いたとおり、盗用防止と輸出品の高級化を目的に、1958年、通商産業省の中にデザイン課が設立されました。

と、紹介させて頂きましたが、真の目的は「盗用防止と輸出品の高級化」ではないようです。先程、参照させて頂いた初代デザイン課長・新井氏の寄稿文の続きを読んでもみると、「盗用防止と輸出品の高級化とがデザイン行政の緊急な狙いであることとされがち」と続き、本質的な課題は「デザイン問題の中心はやはりわが国産業のデザインに対

する安易な考え方の是正」との記載があります。

これは、現在のデザイン行政における課題にも通じるものであり、すなわち、「企業経営におけるデザインの貢献度を如何に企業経営者に訴え、経営戦略の一つとしてデザインが活用されるに至るか」といった課題を現在も抱えており、50年前からデザイン政策は前進していなかったのかと、この寄稿文を読んだ時に愕然としたのを覚えております。

しかし、当時で言うところの「デザインに対する安易な考え方の是正」は全く進まなかったという訳ではなく、一定のレベルでデザインに対する理解は浸透している、と思い直しました。というのも、今の日本には粗悪なデザイン（例えば、「ものまね製品」や「使い勝手が悪く危険な製品」）はそれ程見受けられず、とても素敵なデザインで満ちあふれているように感じ、また、消費者もデザインを通じて「豊かな生活」を求めている環境になったのだと思えるからです。

一方で、アップルやサムソンのように、経営戦略の一つとしてデザインを積極的に活用している企業は日本には少ないように思えます。この意味では、当時のデザイン課が担っていた課題に対しては、まだ道半ばなのかもしれません。

■ おわりに

組織としてもデザイン行政としても、ちょうど転換期を迎えたときに、出向を経験することとなりました。

新しいことをすることはこんなにも大変なのかと感じ、辛いときはへこたれることもあります。このような機会に立ち会えることもなかなか無いので、とても貴重な経験をさせて頂いているんだと実感しております。

あまり普段の業務について触れることができず、海外のデザイン事情と昔話だけになってしまったような気もしますが、庁外の雰囲気やデザイン行政を取り巻く環境の変化を少しでも感じ取って頂ければ幸いです。

profile

小林 佑二（こばやし ゆうじ）

平成16年4月 特許庁入庁
平成20年4月 審査官昇任
平成21年7月 意匠審査基準室
平成22年4月 経済産業省製造産業局デザイン・人間生活システム政策室
平成23年7月より現職

14) この時の出張は滞在時間23時間の強行軍であったため、到着から出発まで休む暇もなく台北市を駆け回りました。これも貴重な経験です。