

地方産業デザイン開発推進事業における「すぐれたデザイン」について

行政によるデザインへの理解とその変遷（その4）

About Excellent Design in The Design Development Project for Regional Industries

-The understanding of design through administration and its transition (Part 4)

●青木史郎／中国美術学院、黒田宏治／静岡文化芸術大学、余剣／日本デザイン振興会

Shiro Aoki / China Academy of Art, Kohji Kuroda / Shizuoka University of Art and Culture, Jian Yu / Japan Institute of Design Promotion

● keywords: Design Policy, Design Promotion, Industrial Design, Development for Local Industries, Design History

1. はじめに

「地方産業デザイン開発推進事業」は、1975年から1986年に渡り、地域の産業の開発能力の育成を目的に、通商産業省検査デザイン課が企画し推進した事業で、32の道県と29の産地が参加している*¹。この事業は、行政が地場産業を対象に展開してきた外観重視型のデザイン振興策を超え、「すぐれたデザインの開発」能力を地域の産業（地場産業）を植えつけることで、「コストではなくデザインによって競争しうる産業」へと導こうとしている。

黒田と青木は、日本のデザイン行政と振興活動について、その文献資料を収集し、「デザイン振興政策アーカイブ」として公開するとともに、具体的な政策についての研究を進めている*²。ここでは「その4」として、「地方産業デザイン開発推進事業」で提示された「すぐれたデザイン」に焦点をあて、行政の意思と意図を考察していきたい。

2. 「すぐれたデザイン」の概念

この事業の開始にあたり、ガリ版刷りの内部説明資料が残されている*³。事業の背景や意図が率直に説明された資料であるが、この資料は「デザイン開発とは、因習的、類型的製品の外観模様を変えることではなく、国民生活にマッチした、飽きのこない、良品質で付加価値の高い商品自体の開発である」と述べ、さらに「すぐれたデザインの商品」は長期の需要が期待され、また「すぐれたオリジナリティのあるデザイン」は非価格競争力が高いと力説する。ここに示された「すぐれたデザイン」の産地への導入を図るべく、「地方産業デザイン開発推進事業」は精緻にデザインされた。

まずこの事業は、単年度ではなく、3年間に渡り継続的に展開された。1年度目では、県と産地レベルのデザイン振興と事業推進体制を整備し、2年度目では、産地においてデザイン開発能力の育成をめざして「パイロットデザイン」を行い、さらに3年目では、この開発をもとに新しい商品を産み市場への訴求を図る。事業の眼目は2年度目の「パイロットデザイン」にあり、当時を代表するデザイナー達が指導者役となり、産地企業の経営者や技術者を対象に、①生活動向と産地企業実態の把握、②開発テーマ設定とデザインアイデアの展開、③デザイン案の提示、④参加企業による

2回の試作と修正、⑤デザイン最終提案とその評価、このステップに沿って指導していく。こうした手順からみて、行政が志向する「すぐれたデザイン」の開発とは「インダストリアルデザイン」の方法を踏襲していると考えられるが、これに3年度目の「市場流通対策」が加わることで。産地の企業は、消費者ニーズの把握から新しい販売ルートの開拓までの全てのプロセスを体系的に学習できるように工夫されている。

3. 「すぐれたデザイン」の実践

この「すぐれたデザイン」の一端を、インタストリアルデザイナーによって展開された事例からみておこう*⁴。

① 1975年石川県山中地区のプラスチック漆器

山中は湯治客などを対象とした産地として成立するが、木製下地のプラスチックへの置き換え等の工業化が急速に進んだことで生産過剰となり、産地としてやや出口を失っていた。これを担当したGKグループの「京都デザインセンター（代表柴田献一）」は、プラスチック＝下地という発想からの脱却を求め、この素材のもつ可能性を引き出す多目的容器をデザインし、さらに「器産業」という新しい産業概念を提案することで、伝統的な産地を超えていく可能性を示唆している。

② 1976年福井県鯖江地区のメガネ枠産業

鯖江のメガネ枠産業は、農閑期対策として篤志家がメガネ枠加工を産地に導入したことに始まる。この時期まではファッションブランド名を冠にした商品開発は開始されていたものの、「鯖江」いう産地ブランドを確立しようとする動向は乏しかった。この開発を担当した「D産業デザイン研究所（代表多田愛美）」は、あえてファッション性を捨て、「学童用のメガネ」をテーマを取りあげた。ここでは人間工学的アプローチなど、医療機器としての「メガネの基本」を踏まえた論理的プロセスの紹介しつつ、「産地としての自主開発が定着しうる方法論」を提示していく。

③ 1977年秋田県能代地区の地元材を活用した家具産業

能代地区には、銘木である杉材等を活用した比較的小規模な家具メーカーが集積している。この開発を担当した「豊口デザイン研究所（代表豊口協）」は、地元の木材がいずれ枯渇することを念頭に、従来価値が低いとされてきた「根から幹にかけての曲がった部分」を活用する方策を提唱、それを素材とする家具インテリア用品のシリーズを提案している。

ここで提示された「パイロットデザイン」は、あくまで教育的素材ではあるが、インダストリアルデザイン系の事例では、その思考プロセスだけでなく、産地構造の転換方向性、取り組むべき研究課題、将来的に予測される資源環境問題なども提示され、産地とその企業の視野を広げようとしている。

4. 産地における「すぐれたデザインの開発」の受容

このように展開された「パイロットデザイン」は、まず産地に大きな衝撃を与えた。自主的に商品開発ができる企業は極めて稀であった当時の産地にとって、手順を追って具体的に示された「デザイン開発＝商品開発」の方法は、極めて高い教育的効果を発揮したように思われる。特に「パイロットデザイン」で提示された、言葉からスケッチへ、さらに三次元のモデルへと展開されていくプロセスは、驚愕の眼をもって感動を与えたといわれる^{*5}。

「パイロットデザイン」の大半は、「どのように売るか」という視点に乏しく、またより効率的に生産販売できる他の産地であれば、そのデザインをよりの確に実現できるという汎用性の高いものであった。デザインへの理解が進むにつれて、多くの産地では「パイロットデザイン」を通じて提示されたデザインは「作ることはできるが、自分たちでは売ることができない」と気づいていったように推測される。

ここから、産地が抱える最大の課題は、自主的な販売ルートを持たないことであり、それを導くためには、その産地ならではのオンリーワンの視点を提供しうるデザインが必要であるとの理解が、共有されていったように観測される^{*6}。

5. 「すぐれたデザイン」導入の意図とその限界

行政の意図と産地における受容を対比させると、まず最大の事業意図である「デザイン開発＝商品開発」という理解は一応得られたように思われる。しかし行政側が「パイロットデザイン」を通じて推奨しようとしたインダストリアルデザインの手法による「すぐれたデザイン」の開発は、産地に大きな衝撃を与え覚醒を促す契機とはなったものの、産地とその企業が求める「売れる、販路を開拓できるデザイン」とは受けとめられなかったと要約することができよう^{*7}。

ただし当時の行政も、産地の要求により的確に寄り添えるデザインの存在を知らなかったわけではない。この事業でも80年代になると、パッケージデザイン分野の「YAO デザイン」や、ビジネスプロデュース分野のデザインを開拓した「浜野商品研究所」が参加しており、消費者接点から「売ること」と「作ること」を同時に組み立てていく方法論が示されている。ただしこのタイプのデザインは、デザイナー個人の力量に大きく左右され、またその効果も、デザイナーやプロデューサーへの依頼者の大きな信頼が前提となる。

これに比して、大規模製造業によって多分に日本化されたインダストリアルデザインは、技術開発との連携を前提として発展したため論理的であり、そのプロセスを的確に辿れば

一定の成果を導くことができる。そのような意味でインダストリアルデザインは、行政に馴染みやすい方法論であり、同時に安定感と安心感を覚えるデザインであった。

1958年に始まる通商産業省によるデザイン行政の本格的開始は、産業の国際的な競争力を発揮するために、インダストリアルデザインの導入を求めたものと理解できる^{*8}。ここには日本企業に不足している能力を、欧米で確立された方法論によって改善強化しようとする行政の姿勢が窺えるが、「地方産業デザイン開発推進事業」は、このデザイン行政開始時の意図を、70年代の産業政策である「知識集約化」の文脈に沿って、地域の産業に展開しようと意図したものである。従って「すぐれたデザイン」の開発についても、近代的な知の所産であるインダストリアルデザインのみが念頭にあった。こうしたデザインへの理解についても、欧米を手本として旧弊を改めようとする、戦後の日本社会を支えた近代化の神話が色濃く滲みでていよう。

「パイロットデザイン」が産地にもたらした変革への意思は、その論理性によるものではなく、デザイナーと産地の方々が激論を交わすことで生まれた情熱的な体験の共有により生じている。そのような意味で、「地方産業デザイン開発推進事業」は、産地の人々によって行政的な近代化論が乗り越えられていった事例と理解すべきとも思われる。

注・参考文献・注記

- *1 「地方産業デザイン開発推進事業」については、各年度毎に報告書（「デザイン振興体制整備事業報告書」と「デザイン開発実施指導事業報告書」）が発行されており、これらは「デザイン振興政策アーカイブ」において公開されている。
- *2 ①「デザイン奨励審議会・答申にみる生活視点」芸術工学会誌 No79 2019、②「89 Design Year 運動と地域への波及効果」芸術工学会誌 No81 2020、③「地場産業へのデザイン導入を図る2つの政策とその意義」芸術工学会誌 No83 2021
- *3 「地方産業デザイン開発推進事業について」通商産業省貿易局検査デザイン課発行 昭和50年10月。
- *4 「パイロットデザイン」は29の産地で展開されており、対象によって多様ではあるが、事業計画にそったプロセスを踏み、団塊の世代などが繰り広げる新しい都会的生活スタイルを想定し、付加価値の高い商品を開発する方法を示そうとしている。
- *5 佐賀県小城地区での事業展開を、佐賀県工業センター職員として支えた釜堀文孝へのインタビューによる。「日本デザイン政策の研究アーカイブの構築研究報告書」JSPS 科研費 JP18K11961 研究代表黒田宏治 2022年2月刊行収録。
- *6 石川県山中地区、岐阜県飛騨地区、佐賀県小城地区などでは、この事業を契機として、リーダー達によって産地の戦略的展開がなされ、今日の産地活動の基礎が築かれていったと観察される。
- *7 石川県山中地区での事業展開を、工業試験場職員として支えた中川衛へのインタビューによる。中川は、開発された汎用性の高い多目的キャニスターは、「自由に使える容器」では流通も理解できず、事業終了後にシリーズの一つをリデザインした「どんぶり君」は大きなヒットとなったと述べている。「地域産業デザインプロモーション現代史研究報告書」収録。
- *8 「デザイン行政開始の経緯とその政策理念」青木史郎、黒田宏治、蘆澤雄亮、熊娜、余剣 芸術工学会誌 No84 2022