

振興政策としてのグッドデザイン賞の成功要因（４）

アジアとの連携による制度発展

The success factor of Good Design Award as a promotion policy (4)

- 青木史郎、津村真紀子、余劍／公益財団法人日本デザイン振興会
Shiro AOKI, Makiko TSUMURA, Jian YU / Japan Institute of Design Promotion,
- Design Promotion, Design Policy, Design Award, G-Mark

1. はじめに

日本デザイン振興会が主催する「グッドデザイン賞」は、その前身である通商産業省「グッドデザイン商品選定制度」を含め60年余に渡り発展を続けてきた。制度継続の要因として、主催者による時代要求に合わせた制度改革と改良があげられるが、その経緯と成果については「振興政策としてのグッドデザイン賞の成功要因（1）（2）（3）」として報告してきた。本論では、2011年以降に顕著となるアジア各地域との連携について、その意図、経緯当面の成果を報告する。

2. 「アセアンデザインセレクション」の展開

グッドデザイン賞は1998年に民営化され、日本デザイン振興会主催の事業として再スタートする。当時のデザイン動向をみると、「ものからことへ」の傾向が顕著となり、ものづくり分野の空洞化が懸念された。日本のデザインをバランスよく発展させていくためには、これから成長するであろうアジア諸国との連携が不可欠であるように思われていた。

2002年経済産業省アジア大洋州課から、日本アセアンセンターが実施しているプログラムの中で、デザインをテーマとした活動を展開してはどうかとの提案があった。アセアンセンター側もこれを歓迎し、翌2003年から3年間に渡りアセアン諸国との共同事業が展開された。この事業は、アセアン諸国の商品をグッドデザイン賞に迎えることを意図したもので、各国の企業やデザイナーが応募しやすいように、「現地審査」を行うこととした。そこでは応募対象を前に、日本から派遣した審査委員に各国のデザイナーが審査委員として加わり、グッドデザイン賞の審査基準に即して審査を行った。併せて応募者との対話、審査終了後のセミナーなどを通じて、教育的な機会も提供している。さらに受賞対象は二次審査会場を活用して行われていた大型の展示会に「アセアンデザインセレクション」として一括出品され、多くの審査委員や来場者を啓発する役割を担った。

3. ポリシーの確立

「アセアンデザインセレクション」は、グッドデザイン賞にとって、アジアとの連携を図る実験的事業ともなった。この成果から、以下のような要点を得ることができた。

①グッドデザイン賞による評価は、各国の政府、企業家、デザイナーに大いに歓迎された。②タイやフィリピンのデザイン水準は高く、各国とも成長が見込まれる。③日本のデザイナーや一般消費者も、アセアンデザインを率直に理解し尊敬する下地が見られる。

こうした視点から更に検討を続け、以下のように基本方針を集約した。①アジアとの連携は、グッドデザイン賞の目的である、我が国のデザイン振興という視点からみても有効である。②また各国の企業やデザイナーにとって、信頼できる評価制度の存在は、そのデザイン能力を伸ばすためにも必要である。③アジア各国との連携は、相互に利益をもたらすと考えられる。ただしその連携は、日本が優れているという視点から行ってはならない。アジア諸国のデザインは成熟しつつあり、その成果を相互に認め合うことで新たな関係が構築できる。④よって、グッドデザイン賞を唯一の存在とするのではなく、日本を含むアジアのデザインを発展させるプラットフォームとしていくべき。⑤連携のアプローチとして2つの展開を想定する。生活文化面でも近似性が高い東アジアの国と地域に対しては、グッドデザイン賞の審査を現地で行うことで、参加を拡大していく。一方文化的に多少の差異がみられるアジアの国々については、其々の国におけるデザイン賞設立を支援し、設立後は制度連携を図る。

4. 連携事業の展開

アジアとの連携は「日本だけのグッドデザイン賞でよいのか」という内外の声に押されるようにして、2008年頃から順次具体化されていく。これらの事業展開について、そのポリシーレベルに焦点を絞り概述する。

1) デザイン賞設立支援と制度連携

「アセアンデザインセレクション」終了後、タイ商務省から新デザイン賞設立にあたり協力して欲しい旨の依頼があった。タイ担当者のグッドデザイン賞見学と研修、タイ行政官との制度設立検討会等が積み重ねられ、2007年振興会とタイ王国商務省とは、制度設立に設けての協力と設立後の連携を定めた覚書を締結、2008年には「デザインエクセレンスアワード」がスタートした。ここでは、応募段階での広報、審査委員の相互交流、「デザイン

エクセレンスアワード」受賞対象のグッドデザイン賞への誘導、其々が主催するデザイン展等への出品等の相互協力が行われている。

2009年ごろ、インドのデザイン振興機関である、国立デザインセンターから「タイ方式」によるデザイン賞設立とその後の相互連携への期待が寄せられた。この依頼を受け、インドにおいてもタイと同様な協力をを行い、2011年「インディアンデザインマーク (I-Mark)」が設立され、設立後も同様な制度連携が展開されている。

タイ側インド側が特に期待したことは、「公正な審査会の運用方法」であった。グッドデザイン賞では、現品を前にした二次審査の場合、審査委員の個人評価、これに基づく合議による暫定受賞水準の設定、応募者との対話、最終判定というプロセスを踏むが、ここでのタイミングと場面の展開についてのノウハウ開示が期待された。審査運用は、グッドデザイン賞の全てが具体的に凝縮された場面である。

2014年からシンガポール、2017年からはインドネシア及びトルコとの制度連携が開始された。またメキシコとも審査委員の相互交流などの協力関係が築かれている。

2) 東アジアにおける「現地審査」の展開

グッドデザイン賞は近隣諸国からの応募の拡大を意図し、2012年ソウルと台北で、さらに翌年には香港でも現地審査を開始した。デザインが根付いている地域であり、それを牽引するデザイン賞も其々に展開されている。そこで韓国デザイン振興院、台湾デザインセンター、香港デザインセンターにプロモーションについての相互協力を求め、グッドデザイン賞のスムーズな導入を図った。現地審査では、日本での審査と同一水準を保つと同時に、相互の文化的違いを生かした審査ができる体制づくりを意図した。各国各地域の有力なデザイナーに審査委員を依頼し、日本から派遣される審査委員と協同して行う。同時に各国各地域の審査委員は、日本での審査に参加することとした。近隣諸国地域での審査が開始されてから約10年を経るが、この間のアジアデザインは急速に発展している。台湾はデジタル系の電子機器中心から、建築環境、サービス、コミュニティ形成へと急速に転換しつつある。また中国からの応募は劇的に増加しており、その内容も生活機器から産業医療教育公共分野へと拡大を遂げている。

3) アセアン諸国との連携

さらに2014年から2年間、日本アセアンセンターとの共同事業として、カンボジア、ミャンマー、ラオス、ベトナムを対象とする「グッドデザイン・メコン・セレクション」を展開している。このプロジェクトは、地域の素材、技術、人々によって生み出される活動に焦点をあてたもので、グッドデザイン賞を受賞した企業や活動に対し、日本の若いデザイナーを派遣して商品づくりを行い日本市場へ紹介するなどの実験的要素も加え展開している。なおこの2017-18年には、対象をアセアン10カ国に拡大した協同事業が進行している。

5. 今日までの成果と課題

グッドデザイン賞がアジアを視野にいたした活動を展開しはじめてからの経緯を略述したが、特に2012年から開始された現地審査によって、アジア各国各地域からの応募は、別表3にみるように飛躍的に増加している。グッドデザイン賞の発展をアジアが支えているという印象だが、2018年の状況を見ると、中華圏からの応募だけでも全体の25%を超えている。この数字からも、アジアへの拡大という初期的目標は達成されたと考えてよい。

各国各地域の応募者からは、「公平である」「信頼できる」との声が異口同音のように聞かれる。積極的な情報公開や審査における応募者との対話などが評価されていると推測できる。またグッドデザイン賞は、ある意味で競合する国際的なデザイン賞に比べ遥かに難しいと言われており、「チャレンジしがいのある賞」とも受け止められている。

アジアの企業やデザイナーにとって、グッドデザイン賞は「信頼できる国際的なデザイン賞」という位置付けであろう。賞としての認知と支持は獲得できたことはほぼ間違いないが、社会改革運動的な側面は、十分に理解されていないようである。グッドデザイン賞は「よいデザインとは何か」を問い続ける装置である。この装置がアジアの企業やデザイナーと共有されることによって、アジア全体のデザインを成長させていくには、少し時間が必要であろう。

表1. アセアンデザインセレクション、メコンセレクション国別応募受賞数

国別	アセアンデザインセレクション						メコン		アセアン	
	2003		2004		2005		2014		2018	
	応募	受賞	応募	受賞	応募	受賞	応募	受賞	応募	受賞
タイ	67	7	9	12	29	22	—	—	3	1
シンガポール	2	2	—	—	3	1	—	—	2	1
インドネシア	8	4	4	3	9	4	—	—	3	2
マレーシア	42	18	8	4	26	9	—	—	7	5
フィリピン	23	8	32	15	22	10	—	—	5	4
ブルネイ	3	1	3	1	—	—	—	—	4	3
カンボジア	—	—	4	4	1	1	8	6	4	2
ラオス	—	—	—	—	5	5	6	6	3	2
ベトナム	24	3	10	5	16	6	6	5	2	1
ミャンマー	—	—	—	—	—	—	5	4	4	1

表2. 賞連携年度別受賞数 (2008 - 2018)

国別	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
タイ	12	51	64	61	43	46	33	44	36	20	18
インド	—	—	—	—	—	1	2	4	4	5	3
シンガポール	—	—	—	—	—	—	1	3	0	1	5
トルコ	—	—	—	—	—	—	—	—	—	3	0
インドネシア	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	4

表3. 韓国・台湾・香港・中国年度別応募受賞数 (2010 - 2018)

年度	応募					受賞				
	総数	韓国	台湾	香港	中国	総数	韓国	台湾	香港	中国
2010	3,136	77	193	38	37	1,110	43	47	6	2
2011	3,162	105	207	48	27	1,112	38	25	1	1
2012	3,132	105	197	44	58	1,108	45	64	3	9
2013	3,400	97	156	33	82	1,212	66	40	4	11
2014	3,601	143	179	51	158	1,258	74	60	6	18
2015	3,658	89	239	61	213	1,337	51	63	17	23
2016	4,085	118	287	48	381	1,229	47	58	13	34
2017	4,495	90	316	63	517	1,403	50	86	13	73
2018	4,789	100	395	54	752	1,373	49	60	11	77

参考文献

*1 「振興政策としてのグッドデザイン賞の成功要因 (1) (2) (3)」芸術工学
会誌 2014、2017

*2 「GOOD DESIGN AWARD YEAR BOOK」2003-2017 宣伝会議 2004-2018