

# 平成31年度事業計画書

公益財団法人 日本デザイン振興会

## 2019 年度事業計画書

### 基本方針

2019 年度は、時代の大きな節目を迎える年であり、当会も設立 50 周年を迎える。当会の事業展開に当たっては、長きにわたる活動実績を踏まえながら、新しい時代へと舵を切る重要な年度になる。

本年度は、時代の背景ともなっている従来のデザイン領域にも気配りをしつつ、次の時代に向けた先進性や、社会変革の可能性を持ったデザインを見つけ出すなど、デザインの果たす役割を一層顕在化させていく。そのためにも、幅広い国内外のデザイン主体の草の根的発掘に努め、当会の中核事業であるグッドデザイン賞につなげていく。

併せて、日本における唯一のデザイン振興の中枢機関として、長期の活動で蓄積された情報とネットワークを戦略的に活用しながら、新時代のデザイン振興を図っていく。特に次の時代を担う若い世代とのコミュニケーションを促進することで、デザインに対する理解の促進や情報の共有を行い、様々なジャンルの人が集って知恵を出し合いながらレベルアップしていく共創の場としての機能も高め、デザイン価値の向上や人材育成にもつなげたいと考えている。

2019 年度の活動を通じ、グッドデザイン賞のレピュテーションの一層の向上を図りながら、新時代にふさわしい当会の事業基盤を構築しその展開に努める。

### 1.グッドデザイン賞事業

2018 年度のグッドデザイン賞は、事業民営化以降最多であった前年度をさらに上回る応募件数となり、国内外からの注目度は増々高まっている。2019 年度も引き続き、審査委員長に柴田文江氏、審査副委員長に齋藤精一氏を迎え、次の時代に向けた「指標」となるデザインや、ものごとの「起点」に位置付けられる確かな力と可能性を持ったデザインを見つけ出すことに注力する。そのためには、幅広い分野や国・地域を見渡し、優れた商品やサービス、取り組みなどにおける「新しい芽」を積極的に発見して、社会と共有していくことが必要となる。

また、グッドデザイン賞は、60 年以上に渡って蓄積されているアーカイブの

宝庫であり、応募企業・受賞企業・審査委員とのネットワークは貴重な財産である。これらのリソースを活用して、若い世代に対して早期からデザインとその重要性に触れ、グッドデザイン賞に対する理解の深い人材を増やしていく活動は、本年度だけに限らず、将来のデザイン業界の発展にとっても大変重要である。

さらに、2020年の東京オリンピック開催の影響により、同年の二次審査会は愛知県国際展示場で実施することもあり、日本以外の3カ国・地域で開催していた海外二次審査会は実施せずに、すべて日本で集約させる予定である。関東エリアからの応募者の利便性確保や、来場者に向けたイベントの立案、審査会に変わる海外プロモーション活動などを2019年度から準備しておく必要がある。

これらの点を踏まえ、以下の3点に重点的に取り組む。

#### (1) 受賞につながる優れたデザインの応募促進

グッドデザイン賞の「発見・共有・創造」のサイクルをさらに強化するため、最初の「発見」のプロセスに特に重点を置いて取り組む。

デザインの領域や定義は年々拡大しており、当事者がデザインと認識していないものの中にも優れたデザインが存在している。既存の応募企業に、そのようなカテゴリーへの社内アプローチを促すほか、国内外の他のアワードの受賞結果や見本市などの出展情報を参考に、先駆的なものについては応募を呼びかける。また、新たなビジネスや事業分野が生まれ、デザインの役割が常に更新されている中、それらの状況を把握し、その中から新たな可能性を探知する。さらに、地域の公共団体や活動体等とのネットワークを構築し、地元で根ざした良質な応募を発掘する。

海外については、これまで延べ44の国と地域から応募があるが、まだ一度も応募がない国が多い。当会の所属している国際デザイン団体や、相互プロモーションのMOUを締結している組織のネットワークを活用してグッドデザイン賞のPRを積極的に実施し、世界的なレピュテーションの向上を目指すとともに応募の拡大をはかる。

以上の施策を実施し、2019年度は受賞につながる優れた応募5,000件を目標とし、事業の継続的な安定化を図る。

また、ロングライフデザイン賞に関しては、これまで以上に多くの人たちが

ら信頼と憧憬がもたれる賞になるよう充実を図り運用する。

## (2) 人材育成活動「Gラボ」の充実

2018年度より、グッドデザイン賞のリソースを活用して実施した様々な人材育成活動を「Gラボ」として公開している。

二次審査会で、デザインを学ぶ学生が審査委員にアシスタントとしてついて、審査の視点を学ぶインターンシップ・プログラムは、2019年度は参加校や学部数を増やし、より幅広い領域の学生に体験の機会を提供する。また、受け入れ研修や成果発表などのプロセスをより充実させ、プログラムの質や参加学生の達成感の向上をはかる。

さらに、中学生や高校生に向けたワークショップ・プログラムを開発し、早期からデザインマインドの高い人材の育成に着手する。

## (3) 2020年度の愛知県での二次審査会準備

会場の周辺環境、宿泊施設、応募者や審査委員の移動についてのシミュレーション、海外応募の保税展示対応など、必要な準備に早期から着手し、応募関係者には事前告知を始める。

関東圏以外で初めての開催となる機会を活かし、応募者及び審査委員との交流・学び合いの場を提供できるようなイベントを企画するなど、二次審査会をデザインプロモーションの場としても最大限活用し、今後のモデルにもなり得る取り組みを行う。

## 2. 海外事業

海外事業は、引き続きグッドデザイン賞および日本デザインの国際社会におけるレピュテーション向上を目標として、交流を深めながら、さらなる国際化を促進する。また特に2019年度は各国の状況に即した国別の活動目的を定め、それに基づき実施する。

### (1) グッドデザイン賞の国際的認知度向上

世界に数あるデザイン賞の中でも、グッドデザイン賞は「課題先進国」である日本発の「デザインによる課題解決」を、社会に提示する試みを続けている。

また、「他に類を見ない、真面目で丁寧な審査」という評価を情報化するなど、賞としての独自性や優位性を、グローバル媒体等を通して積極的に PR をする。

## (2) デザイン賞連携の活用

グッドデザイン賞のしくみは、輸出振興・産業振興のモデルケースとして特に新興国から高く評価され、多くの国々から協力要請が集まっている。これまでにタイを始め、インド、シンガポール、トルコ、インドネシアと、デザイン賞の設立・運営支援、連携制度が拡大し、他国のデザイン賞には類をみない特色となっている。この特色をさらに打ち出し、ネットワークの拡大を目指すとともに、賞を通じた各国のデザイン向上への貢献を引き続きはかる。また、賞連携制度を活用し日本デザインの認知度向上もはかる。

## (3) 近隣諸国へのグッドデザイン賞応募促進戦略の策定と実施

応募数の特に多い中国、台湾、韓国については、2020年度からの日本での二次審査実施を早期から告知するとともに、各地の実情に合わせた現地プロモーション戦略を立案・実施する。

中国は、近年の全体の応募件数増を牽引しているが、受賞率はまだ低いため、応募数を増やすより、良質な案件を増やし受賞率の向上をはかる。当面は深セン、上海、北京、杭州、広州、成都、大連、瀋陽などの都市で実施されるデザイン関連イベントなどの機会を利用し、効率的なアプローチを実施する。

台湾は、昨年度は金賞やグッドフォーカス賞を受賞するなど、質的な向上が目覚ましく、グッドデザイン賞への注目度も高まっている。また、政府はソーシャルデザインや地域創生を強化する方向性も打ち出している。元来から得意分野である PC や建築・インテリアなどの応募企業を維持しつつ、地域社会の取り組みデザインなどを、現地コーディネーターと協力をしながら発掘していく。

韓国は、大手の応募企業のデザインは非常に優れているので、確実に応募につなげていけるよう、アプローチを実施する。また、現地アドバイザーを通じて、中小規模の可能性のある企業や地域の取り組み等を発掘していく。

## 3. 広報事業

### (1) 東京ミッドタウン・デザインハブおよびインターナショナル・デザイン・

## リエゾンセンター

デザインハブの合同展として、「ゼミ展」の開催を 2019 年度も予定する。さまざまな大学で取り組まれているデザイン教育の内容を、各校のゼミの課題を通して知ることができる展覧会で、2018 年度に初めて実施し、好評を得たことから継続して実施する。

また、インターナショナル・デザイン・リエゾンセンターの活動の一環として、当会の所蔵する書籍を整理し、「社会のさまざまな要素とデザインをつなぐライブラリー」として一般開架にむけた整備を進めるとともに、イベントを併催し、デザインを学びたい方、知りたい方の利用を促進する。

さらに、2017 年度より活動している「東京ミッドタウン・デザイン部」についても、2018 年度に続き東京ミッドタウン・デザインタッチをはじめとするイベントとの連携、他のデザイン・芸術関連施設との連携での開催を続ける。

## (2) GOOD DESIGN Marunouchi

広報拠点として、本年も年間 10 本程度の企画展を開催する。平成時代を振り返り、また次の時代を展望する節目の年でもあることから、国内のデザイン団体が持つアーカイブの展示や、グッドデザイン賞を通して未来を見出せるような企画展を計画する。

## (3) GOOD DESIGN STORE

2017 年 5 月に開店し、当会が販売企画協力している GOOD DESIGN STORE TOKYO by NOHARA は、運営が軌道に乗り多くの来客を集め、2019 年度は渋谷に 2 店舗目となる新店舗が開設される予定で、さらなる広報効果を見込む。既存店では、引き続き GOOD DESIGN Marunouchi との積極的な連携を図る。

バンコクの GOOD DESIGN STORE では、年間 3 回程度の企画協力を実施し、グッドデザイン賞のプロモーションおよび販売支援に協力する。

百貨店等が主催する期間限定のグッドデザイン賞アイテムの販売企画への協力は、同一企画で巡回を働きかけるなど、より広範な展開を継続的に進める。海外での期間限定企画などへの協力も模索していく。

## (4) 事業広報

当会の役割である「社会にデザインを伝え、その価値と恩恵が人々に広く及

ぶことへの貢献」を誠実に担うため、当会の活動に関する広報だけにとらわれず、デザインの持つ社会的意義や可能性を積極的に伝えることを、事業広報における基本的な姿勢とする。

2018年度は、デザインが持つ「未来への希望を人々が自ら獲得していくための手段」という面に着目し、今後の社会を担う若年層に対するアプローチをいくつか試みたが、2019年度も異なる手法も交えて、若年層との間でのデザインを通じたコミュニケーション活動を推進する。

さらに、民間企業や自治体やNPOなど、クラスターごとに異なるデザインに対する関心やニーズに適したコミュニケーションに着手する。各々に望まれるデザイン情報の提供や、デザインに関するフィードバックなどの個別展開に向けた、情報の作成と発信手法を開拓する。

「フォーカス・イシュー」はグッドデザイン賞の一派生要素にとどまらず、デザインを媒介した対社会コミュニケーション手法としての意義を帯びている。2019年度も「デザインとして伝えられること、デザインとしてなしうること」を示すべく、イシューのテーマをグッド・フォーカス賞のテーマと一体化させ、より論点を明瞭にするとともに、言説化や情報化の手法のさらなる開拓を目指す。

#### (5) 海外広報

海外メディアパートナーとの連携は、地域、これまでの報道実績、当会事業への理解度に基づいて今年度も複数媒体を選定する。デザイン賞連携や現地審査を実施している地域を主な対象に、地域ごとに最適なコミュニケーション手法のリサーチと試行を進める。

近年のグッドデザイン賞受賞対象には日本国内に滞在する外国人の関心を引くものもあるため、国内で発行・配信される外国人向け媒体に対するリリース配信などにも着手する。さらに海外向け情報発信プラットフォームとしての当会ホームページおよびSNSをさらに充実させて運用する。

#### 4. 公共プロモーション事業

近年、当会単独の事業ではなく、様々な組織とパートナーを組んでプロジェクトベースで事業を発足、推進するケースが増えている。2019年度も多様な連

携を図り、結果としてデザインの社会的有用性を発揮する機会を広げていく。

#### (1) 東京都との連携事業

東京都から「東京ビジネスデザインアワード」事業を 8 年前より受託し企画運営をしているが、商品化や事業化事例が増えてきたため、展示会やウェブサイトなどを活用し成果発表の場を多く設け、マッチング企業やデザイナーへの広報支援の機会をより増やしていく。また、販路開拓支援拡充策として、小売店バイヤーと企業を直接結びつける機会の創出を模索していく。都内中小企業と協業するデザイナーに対し、ビジネススキル向上を目指した講座も引き続き実施し、より効果を高めていく。

#### (2) 信用金庫との連携事業

地域密着型の金融機関である信用金庫と連携し、自治体とその地域の事業者の新規事業をビジネス面、デザイン面から支援することにより、地域がデザインを活用して成長する基盤づくりを担う「地方創生・地域づくりプロジェクト」を 2015 年度から実施している。第一弾は岩手県西和賀町、第二弾は宮崎県高鍋町で展開しており、高鍋町の事業に関しては 2019 年度も継続して受託する予定である。

#### 高鍋町デザインプロジェクト

初年度の 2016 年度には 8 事業者と 11 商品を開発し、地域信金と協力した販路開拓も開始した。2017 年は 9 点、2018 年度は 2 点の新規商品を開発し、最終年度となる 2019 年度は前年に完了しきれなかった商品開発を継続していくとともに、既に発表した商品のブラッシュアップを実施する。広報活動にも注力し、より町内外に知られるブランドとして広報物の拡充、販売会出展などのプロモーション活動を実施する。また、事業終了後も継続的に活動していくことのできる体制づくりを目指す。