

2020（令和2）年度事業計画書

公益財団法人 日本デザイン振興会

2020 年度事業計画書

■基本方針

2020 年度は、東京オリンピック・パラリンピックの開催によるインパクトに備えて様々な施策を打ちつつ、2021 年度以降も視野に入れた中期視点での計画を行うこととする。

計画をたてるにあたって、役員と職員が一体となり、当会が目指すべき方向性について議論を重ね、以下を共有した。

〔社会に向けて〕

- ・新たな社会像を醸成するデザインの振興に努めます

〔デザイン界に向けて〕

- ・デザインを通じて、日本の国際的なプレゼンスを向上させます
- ・デザインの持つ可能性を多方面に広げます

具体的には 4 つの活動に注力する。

- ・デザインを担う人が育ち、力を発揮できる活動を実施します
- ・様々な社会課題の解決に寄与するデザインを支援します
- ・デザインを通じた国際交流を促進します
- ・新たな事業創出を導くデザインを支援します

以上の方向性をもとに 2020 年度の各事業を計画することとする。

■全体概要

2020 年度のグッドデザイン賞は、正副委員長新体制、初の関東圏外でかつ久しぶりとなる国内外一括現品二次審査会の開催など、中期視点に立っても次の起点となるべき重要な年度と言える。

数年後に日本としてのデザイン評価軸（Japan Quality）の体系化を築くことを念頭に、審査理念の見直しを含め、「アジアで最も信頼されるアワード」を目指す。結果、日本の国際的なプレゼンス向上にも寄与する。

また、World Design Organization（世界デザイン機構）のプラットフォームの活用や、各国のデザイン賞との連携・交流事業などを通して、日本デザインの国際的認知度向上に繋がる活動を積極的に行う。

あわせて、特に将来デザインに携わる可能性を持つ若年層の育成に関する事業や、地域の課題をデザインを活用して解決し発展に寄与する事業への支援、東京都から受託しているデザインによる新事業創発事業の運営や「デザイン経営」の普及活動など、公益財団として望まれる事業を多岐にわたって推進することとする。

1. グッドデザイン賞事業

2019年度のグッドデザイン賞は、民営化以降最多の1,420件の受賞数となった。2020年度も、年始から国際的に高まった公衆衛生に対する不安を乗り越え、質・量共に充実した応募内容・受賞内容を確保しなければならない。2020年度の審査委員会は、新たに審査委員長に安次富 隆氏を、審査副委員長には継続して齋藤精一氏を迎え、いま一度、デザインをする際に最も重要な「相手の身になって考える」姿勢を重視し、社会にある課題や達成すべき目標に対する、デザインによる解決策をさらに社会に示していく機能として、グッドデザイン賞を実施する。

また、2020年度はこれまで開催していた海外二次審査会（香港・台湾・韓国）を実施せず、愛知県国際展示場で、すべての二次審査対象を一堂に集めた二次審査会を実施する。初の関東エリア以外での開催、9年ぶりの一括二次審査会を、応募者の不利益となることなく、また事故なく実施することが重要となる。

さらに、東京オリンピック・パラリンピックの開催により、日本への国際的な注目度はより高まることが想定される。二次審査を一括して日本で行うことにより、改めてグッドデザイン賞の公正な審査や日本におけるデザインの評価軸を内外に示し、価値の向上に努めていく必要がある。

これらを踏まえ、以下の3点を重点的として取り組む。

（1）国内外の優れたデザインの発見および応募促進

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、「発見」のプロセスを特に国内に重点を置いて取り組む。

グッドデザイン賞の応募者の半数近くが、毎年「初めての応募」であり、自社の製品やサービス等が応募できることも認識されていないことが多い。本年度は、応募に際して最終的な権限を持つ経営者層に届くような情報発信を実施するほか、応募期間中に首都圏だけでなく各地に赴いての説明会や相談会を実施し、きめ細かく対応していく。また、セミナーやトークイベントを開催し、グッドデザイン賞の審査の視点や新体制の正副委員長の考え方の周知をはかる。

さらに、見本市やデザインイベントに出向くなど情報収集につとめ、可能性のありそうなものについては積極的に応募を呼びかける。

海外応募については、英語・中国語での情報化および発信を促進し、可能な限り現地説明会・企業訪問・個別コンタクトなどを実施し、より積極的な勧誘を行う。

以上の施策を実施し、2020年度は受賞につながるような優れた応募4,800件の獲得を目指す。

（2）二次審査会の拡充

2011年度以来、久しぶりにすべての二次審査対象が日本の会場に一堂に集められることとなる。これを機会に、試みとして二次審査会終了後に、応募者を主体とする「内覧会」を実施する。受賞しているものだけを展示する受賞展とは別に、本年度どのようなものが応募されているのか、他国のデザインレベルの現状などを開示することで、デザインに携わる人すべてが互いに学び合う機会とする。

また、関東エリア以外での開催となるため搬入出代行サービスの大規模対応を確保し、代替物として提示する展示パネルの出カサービスも新たに提供する。これらにより、海外を含め遠隔地からの応募者の不利益を最小限とする。

(3) 事業成果の情報発信強化

ベスト 100 プレゼンテーション公開審査動画、審査報告会レポート、フォーカス・イシューなど、グッドデザイン賞には審査の結果としての受賞対象情報以外に、審査のプロセスから生まれる様々なコンテンツが存在している。これらの情報を、応募者はもちろん、デザイン関係者、デザインを学ぶ学生、さらにデザインに関心のある一般の人にもアクセスしやすくなるよう、SNS などを効果的に使用して、広い層からのアクセス促進をはかる。

また、5 年間継続してきたフォーカス・イシューについては、グッドデザイン賞の審査から見えてくることを、テーマごとにまとめて発信する試みとして定着してきている。2020 年度は、国連の持続可能な開発目標 (SDGs) を踏まえた今日的なデザインのテーマを新たに設定し、「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として、より広く伝わる発信方法に注力する。

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プレゼンス向上を目標として、交流を深めながら、さらなる国際化を促進する。

(1) WDO のプラットフォームを活用した日本デザインの国際的認知度向上

当会は国際的デザイン団体である World Design Organization (WDO : 世界デザイン機構) の加盟メンバーで、2019 年 10 月からは理事会メンバーとなって組織運営に参加している。WDO のプラットフォームを活用して、日本のデザインについての理解を深めてもらう第一歩として、WDO のアメリカなどの理事メンバーをグッドデザイン賞のゲスト審査委員として招聘し、審査プロセスを体験・理解を促す予定である。さらに受賞展にも招き、トークセッションなどで WDO の活動を日本に紹介するとともに、世界のデザイン界の現況などを共有し、その後世界各地で日本のデザインについて話してもらう契機をつくる。

(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ており、これまでにタイを皮切りに、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、各賞受賞者のグッドデザイン賞一次審査免除を含んだデザイン賞連携制度が拡大しており、他国のデザイン賞に類を見ない特色となっている。

2020 年度は国際機関日本アセアンセンター等とも連携し、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、各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っていく。また、各国にお

けるグッドデザイン賞の広報活動、日本企業の応募促進を通じて、賞連携制度を活用した日本デザインの認知度向上にもつなげていく。

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

デザインハブギャラリーおよびリエゾンセンターは、東京ミッドタウンのデザイン拠点として、展示・セミナーと、多様なプレイヤーと共に取り組むデザイン活動を継続して推進している。デザインハブでは、ハブ構成機関・外部協力団体による展示や関連するトークイベントやセミナーの開催に加え、2018 年度から開催し、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知ることができる展覧会として好評を得ている「ゼミ展」を、2020 年度も継続して合同展として開催する。

また、デザインとビジネスに関する多様なセミナーを実施するリエゾンセンターでは、自主企画のほか、趣旨を同じくする主催者への会場協力、貸出などを通してその活動支援を行う。

また、人材育成活動の一環として、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」として一般開架している「リエゾンセンター・ライブラリー」では、ライブラリー運営とともにイベントを併催、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、日常にデザイン視点を導入するためのフィールドワーク活動「東京ミッドタウン・デザイン部」も、引き続きミッドタウン内外のデザイン・文化関連施設とも連携し、開催を続ける。

(2) GOOD DESIGN Marunouchi

開設から 5 年間の活動実績を踏まえ、更に向こう 3 年間は重要な活動拠点として当事業を継続する。

6 年目となる 2020 年度は、年間 12 本程度の企画展を開催する。グッドデザイン賞の広報の一環として、リブランディング後 10 年目を迎えたグッドデザイン賞年鑑を紐解く企画展のほか、審査委員の選ぶ受賞デザインを紹介する「一品展」や大賞記念展などのグッドデザイン賞関連展示、デザインを通じて新たな社会像を醸成することを目的とした企画展、国内外のデザイン振興団体との交流企画等を行う。

受賞デザインの紹介、トーク、ワークショップ、フィールドワークイベント等の開催を通して、丸の内を訪れる人、ビジネスの拠点とする多様な層や世代の人々が、デザインの価値を体感し、取り組みや活動に参画できる実践の場としての機能を高め、グッドデザイン賞の価値を更に広めていく。

(3) GOOD DESIGN STORE

野原ホールディングス株式会社が 2017 年 5 月に開店し、当会が継続して企画協力を行っている GOOD DESIGN STORE TOKYO by NOHARA は、既存店である KITTE 丸の内店に加え、2019 年 11 月に渋谷・スクランブルスクエアに 2 店舗目を開設した。当面は新店を軌道に乗せるべく、運営企業とともに店舗運営を推進する。既存店では、引き続き GOOD DESIGN Marunouchi との

積極的な連携を図る。

海外店舗として独自運営するバンコクの 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。

また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も継続的に進める。

(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。

2020 年度は、広報活動を通じて、これまでデザインに対して距離を感じ、自分ごととして捉えていなかった人々に対し、親しみを持ってデザインに関わり合ってもらう機会を創出することを目指す。引き続き、今後の社会を担う若年層に向けたコミュニケーション活動を推進するほか、都市部の民間企業だけでなく、自治体や市民団体などの非営利組織や、中小企業や地方都市などさまざまなステークホルダーに対して、個々の関心やニーズに適したきめ細かな発信を展開する。

また、それらの裾野を広げる活動と並行して、俯瞰的な視点から、デザインが社会課題にどのような解を示そうとしているかを読み解き発信するためのグッドデザイン賞の取り組みであるフォーカス・イシューを通じ、改めてデザインとして伝えられること、デザインとしてないうることを示していく。

(5) 海外広報

海外メディアパートナーとの連携は、これまでの実績や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し、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継続する。

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や情報提供も継続し、グッドデザイン賞に限らずデザインハブ、丸の内など当会が関与する広報拠点の広報活動もあわせ幅広く情報発信を行う。また当会ホームページのコンテンツ、運用の見直しおよび SNS の運用を活性化させ、情報チャネルの多様化に務める。

4. 公共プロモーション事業

(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 9 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、ウェブサイト、SNS 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、都内中小企業と協業するデザイナーに対し、経過進捗に合わせたセミナーやワークショップ、個別相談等を引き続き実施し、実現化へ向けより効果を高めていく。

また、東京都事業で培ったノウハウを活用し、次期東京都事業の計画を始める他、デザイン主導による新規事業創発の支援や、デザイン経営に関わる調査や普及活動なども実施する。

(2) 人材育成事業

デザインにすでに携わる人材の育成はもとより、将来デザインに携わる可能性があり、さらにデザインの意義や効果を知ることがその成長に影響することが想定される 10 代を中心とした若年層の育成という観点から、彼らにデザインの価値を知ってもらうための施策を進める。

具体的には、グッドデザイン賞受賞デザイナーの存在や考え方やデザインの成果などを若年層に対して伝えることで、社会課題との向き合い方や職業・進路選択の指針（モデル）となるような媒体及び機会の新設に着手する。

また、各地域における文化・風土・社会との密接な関わりに立脚した形でのデザインの普及と発展に寄与するため、グッドデザイン賞を軸とする当会のリソースを有効に活かして、展示や講演会、ワークショップなどの企画により育成の成果を高めていく。

その際には各地域の主体者（自治体・行政当事者等）との連携・協業を前提に、地域のデザイン関連人材の育成支援や、地域市民のデザインへのリテラシーの向上に寄与することを最優先とする。2020 年度は神戸市及び宮崎県都城市との共同事業を軸に事業を進める。

(3) 当会の資産を活用した新規事業

グッドデザイン賞の目的である「デザインに可能性を見出す人びとを支援し、デザインにできること・デザインが活かされる領域を広げる」ことを促進するため、60 年以上に渡って蓄積してきた受賞デザイナー、受賞デザインに関するデータベース情報を整備し、新たな事業になりえるサービスの開発などを検討する。