

2026（令和8）年度事業計画書

公益財団法人 日本デザイン振興会

公益目的事業 1

(グッドデザイン賞に関する応募、審査、受賞対象の発表、表彰に係る事業)

(1) グッドデザイン賞事業

グッドデザイン賞は、優れたデザインを社会に普及させていくことで、産業活動のさらなる推進と生活の文化的向上及び社会全般の健全な発展に寄与することを目的として継続してきた。2026 年度より審査委員長に中川淳氏、審査副委員長に川上典李子氏、鈴木元氏、原田祐馬氏があらたに就任する。

また、グッドデザイン賞は 2027 年度には 70 周年を迎えるが、特に直近はデザインの領域が拡大し、デザインに関わる人々が多様化してきた 10 年間であった。「デザイン」という言葉が広まっていることを歓迎する一方で、グッドデザイン賞が社会と共有しようとしていることの焦点がわかりにくくなってきたことは否めない。「グッドデザイン賞」の認知度や「G マーク」の意味への理解、デザインそのものに対する関心の低下傾向も見られている。そこで、グッドデザイン賞が 70 周年を迎えることを契機に 2026 年度から、グッドデザイン賞事業の様々な側面で「70 周年」のコミュニケーションを積極的かつ多面的に行っていく。受賞展や受賞祝賀会などの場を通じて 70 年間共に歩んできたステークホルダーへの感謝を伝えるとともに、グッドデザイン賞の目指していることを多様なコンテンツで表現し、理解を促進してデザインへの関心醸成をはかっていく。

上記のポイントを踏まえ、2026 年度は前年度件数と同等レベルの 5,500 件の応募獲得を目標として以下について重点的に取り組む。

① 情報発信強化

1) 新正副委員長体制と方針の発信

正副委員長の交代で新体制となることを 70 周年に関する広報の機会と併せて積極的に広報する。正副委員長からのメッセージをウェブサイトや応募関連の各種配布物に掲載し、国内外で実施するキックオフイベントやセミナーなどへの登壇を通じて応募者の理解促進をはかる。

2) オウンドメディアによる発信力の強化

地位を確立してきているオウンドメディアを中心に、グッドデザイン賞への理解促進をはかるとともに、「70 周年」をフックとしたブランドの発信力強化に努める。

グッドデザイン賞の公式オウンドメディア「ドットジー・グッドデザイン・ジャーナル」で

は、グッドデザイン賞の最新情報を随時紹介する「GOOD DESIGN REPORT」、受賞者及び受賞デザインを紹介する「グッドデザイン探訪」、グッドデザイン賞受賞対象から読み解くことのできる社会の潮流やこれからの兆しについて提言を出すプロジェクト「フォーカス・イシュー」に加え、グッドデザイン賞にとどまらずデザインの素朴な疑問をやさしく解説する新企画「デザインの？（ハテナ）」の計4本を連載している。2026年度は、新審査委員長と2025年度審査委員長の対談記事を計画するなど、新たな体制からのステートメントをより充実させる予定としているほか、グッドデザイン賞70周年を記念した特別コンテンツを掲載する企画も進行している。

グッドデザイン賞公式メールマガジンはアカウント登録者数が17,000件を超えており、時宜に適ったグッドデザイン賞情報を配信している。タイトル・頻度・コンテンツの工夫により開封率も向上している。メールマガジンから記事を訴求することによってオウンドメディアへ誘導することに繋がっており、今後更なる内容の充実と登録者数の増加を目指す。

公式 SNS の運用については、特に若年層のタッチポイントを増やすべく特に Instagram の毎日投稿を継続しており、ストーリーズやハッシュタグなどの機能を活用した参加型の企画を実施し、フォロワー数の拡大・エンゲージメントの向上をはかる。

グッドデザイン賞ウェブサイトにおいては、70周年にあたり、今後行われる各種施策を総覧できる特設ページの新設も予定している。

3) フォーカス・イシューの拡充と提言機能の強化

フォーカス・イシューについては、正副委員長をディレクターとし、リサーチャーとして文化人類学者、経営者、メディア編集者にその任を委嘱して、多角的にグッドデザイン賞の分析を進めている。最終的には審査を通じて読み解き取りまとめた提言をレポートとして発刊。積極的に外部からの見識を取り入れるとともに、「ドットジー・グッドデザイン・ジャーナル」にも記事を掲載するなどしてコンテンツとしての質の向上に努めている。2026年度は、新正副委員長の下、新たな体制と考え方により、グッドデザイン賞から得られたインサイトを社会に発信する活動として更なる強化を行っていく。

4) 東アジアでの情報発信強化

グッドデザイン賞にとって、中国・台湾・韓国からの応募は件数・質の両面で極めて重要である。2026年度も広報活動をさらに強化し、認知度の向上と応募件数の拡大につなげることを目指す。

中国大陸では、応募段階において各地メディアとの連携を継続し、ソーシャルメディアやウェブ広告など複数チャネルを組み合わせた広報を展開する。これにより、応募数減少の傾向を反転させることをはかる。あわせて、対面での説明会を北京、深圳、杭州、上海など主要都市・エリアで開催し、生の声に耳を傾けて応募促進に取り組む。受賞後のフォローアップでは、次年度の応募増加を見据え、主要な受賞企業に加え、受賞に至らなかった企業への訪

問も行う。

台湾では、ネットワークの拡充と交流の強化を目的に、昨年度より台北に限らず、他都市の行政機関やデザイン関連団体とも連携し、説明会の開催や日本の審査委員による講演・対談を実施してきた。本年度も台中で関連イベントを開催する予定である。加えて、2022年に開始したポッドキャストチャンネルは、これまでに累計39回配信し、平均ダウンロード数は14,700回を超えるなど、一定の知名度と固定リスナーを獲得している。本年度は一部有料コンテンツを追加し、マネタイズを進める方針である。

韓国はコロナ以降応募数が縮小しているが、小規模事業者からの応募は増加傾向にあり、グッドデザイン賞への理解も広がりつつある。韓国デザイン振興院（KIDP）の協力も得ながら、現地イベントなどを実施し再度掘り起こしをはかる。

② 70周年記念に向けたコンテンツ制作

70周年を記念して、近年のグッドデザイン賞受賞者の中から、新規事業領域開拓や社会課題解決などで実績のある事業者へのインタビュー収録を実施する。ここで収録した内容を出版やウェブ・SNSなどでのコンテンツ化、展示、リアルイベントなどさまざまな水平展開を行い、「グッドデザイン賞の70年は社会にデザインをする人を増やした道のり」であることを広く訴求する。

上記出版物の刊行においては前回Gマーク60周年以降の記録の収録も行う。

(2) ロングライフデザイン賞事業

ロングライフデザイン賞は、社会の定番とデザイン領域における規範的スタンダードを発見し、その価値を社会へ伝え、良質で創意に富むデザインを長期にわたり提供する事業者の功績を讃える賞である。2026年度は審査体制の刷新にあたり、募集段階で賞の趣意や審査委員の考えをこれまで以上に明示するとともに、受賞展示内容を見直して、賞の地位と受賞者価値の向上に取り組む。

(3) 国際連携事業

グッドデザイン賞及び日本デザインの国際社会におけるプレゼンス向上を引き続き目指し、海外との連携をさらに強化する。具体的には、国際的なデザインイベントやネットワークへの積極的な参加、海外デザインコミュニティとの協力を推進し、日本のデザイン力を広く発信するとともに、グローバルなネットワークの強化をはかる。

① デザイン賞連携に基づく国際交流基盤の強化

グッドデザイン賞の枠組みは、自国のデザインを起点とした産業振興や人材育成のモデル

として、引き続き国際的に高い評価を受けている。当会はこれまで、タイを皮切りに、シンガポール、インド、トルコ、インドネシア、フィリピン、ラオス、コロンビアなどの国々において、各国の状況に応じたデザイン賞の設立・運営支援を行い、デザイン分野におけるキャパシティ・ビルディングや国際的な評価基準の共有に貢献してきた。これらの国際連携は、現地におけるデザイン人材・デザイン力の育成支援、デザイン認知度の向上、文化的背景の相互理解、ならびにグッドデザイン賞の理念や審査の考え方の共有といった観点から、長期的かつ継続的に取り組んできたものである。70周年を迎えるにあたり、これらの賞連携の成果を振り返るべく、各国の代表者を受賞展などの機会に招聘しトークイベントやインタビュー等を実施して記録としても残していく。

また2026年度は、これまで構築してきた国際連携の枠組みを踏まえ、制度運用の精度を高める取り組みを進める。特に、長年にわたり安定した連携を継続してきたタイ及びシンガポールについては、ASEAN地域におけるデザイン賞連携の中核的な存在として位置づけ、グッドデザイン賞本体との制度的な整合性をより高める。具体的には、タイのDE Mark及びシンガポールのSG Mark受賞対象について、2026年度より、グッドデザイン賞への応募にあたり、これまで通り一次審査を免除するが、二次審査以降は通常応募と同一の審査プロセスとする。これにより、成熟してきている両国の応募については、グッドデザイン賞の審査水準との整合性や公平性を担保した形での参加が可能となり、他の賞連携実施国のロールモデルとしていく。

隔年で実施しているフィリピンの「Good Design Award Philippines」は2026年度が3回目となるので、開催に向けた協力を行う。審査及び運営面での助言に加え、人材育成や審査基準の共有を通じて、現地におけるデザイン評価基盤の強化を支援する。

さらに、日本アセアンセンターを通じて、マレーシア及びベトナムとの新たな連携の可能性についても対話を継続する。現地の政情や経済状況を注視しつつ、適切な機会が見込まれる場合には、将来的な連携に向けた検討を進めていく。

② WDOを通じた連携と国際情報発信の強化

世界のデザイン関連団体・教育機関・企業が加盟する国際機関のWorld Design Organization (WDO)のネットワークを活用し、各種事業の国際連携を深化させる。また、WDOの活動をはじめとする世界のデザインに関連する情報を国内に向けて発信するプラットフォームを構築し、発信を強化する。2026年度にWorld Design Capitalを主催するドイツのGerman Design Councilや、台頭してきている中東諸国（アラブ首長国連邦、サウジアラビア）との交流・連携もスタートさせる。さらに2027年のWorld Design Congressを主催する韓国のソウルデザイン財団、2028年のWorld Design Capitalを主催する韓国の釜山市との交流を進め、日本からの情報発信の機会創出を検討する。

(4) 広報・情報発信事業

①GOOD DESIGN Marunouchi における展示

2026 年度 11 年目を迎えるグッドデザイン賞の常設型広報拠点、GOOD DESIGN Marunouchi は、企画展やワークショップ、配信プログラム等の開催等を通じて、デザインの意義や価値への認識を更に広める活動を継続し、丸の内を訪れる多様な層や世代の人々がデザインや「グッドデザイン賞」に触れ、その取り組みや活動に参画する機会を創出する。企画展は年間 15 本程度を実施予定で、うち 8 本は多様な領域のデザインの振興・教育・啓蒙活動を目的とする外部機関の企画による展示を行う。グッドデザイン賞に関連する展示として、審査委員個人の視点による受賞デザインを紹介する「私の選んだ一品」をはじめ、受賞デザインを体験できる機会を提供する。独自企画としては、3 年目となる社会課題としての「山と木の循環」をテーマにした大規模な展示企画を実施、産業界やデザイナー、生活者に向けた情報発信を行うほか、有楽町エリアのデザイン拠点として、三菱地所やエリアマネジメント団体と連携した街のデザインに関する企画展やイベントの企画・実施を行う。尚、同拠点は契約の更改期にあることを踏まえ、2027 年度以降の運営方針を検討し、結論を得る。

②山水郷チャンネル

日本各地の自然と社会資本をベースに活躍するクリエイターに焦点をあて、そのナラティブを通じてこれからの経済と産業のあり方を考えると共に、ロールモデルとなるクリエイター像を醸成する GOOD DESIGN Marunouchi 発のプログラムを本年度も継続していく。各領域で活躍する全国のクリエイターの活動を聞く配信（年間 10-15 回）に加え、GOOD DESIGN Marunouchi での企画展（年 1 回）及び関連トーク、ウェブサイトでの情報発信を行う。

③JDP ウェブサイトのリニューアル

2027 年春のリリースを目指して当会コーポレートサイトのアップデートを実施する。デザインフォーマットやコンテンツ・マネジメント・システムは現行のものを引き続き利用しつつ、拡大してきている現状の事業内容にあわせた階層構造の見直しやコンテンツの整理、内容の更新などを行い、JDP の事業の全容がわかりやすく見えるウェブサイトを構築する。

(5) デザインに取り組む地方自治体等との連携事業

70 周年を機に地方自治体の産業振興・デザイン振興担当部署との長期的な関係性再構築を目指し、グッドデザイン賞への応募推進につながる仕組みづくりを行う。グッドデザイン賞を通じた地域のデザイナー、事業者の連携や活動の場を増やす。

具体的には以下のような施策を複数年度かけて企画検討・実施し、連携自治体を拡大していく。

- ・JDP との共催でグッドデザイン賞説明会及び報告会兼交流会を実施する。
- ・地方自治体主催のデザイン賞やセレクション事業とグッドデザイン賞の連携
- ・地方自治体からの審査対象候補の推挙、推薦枠としての事業者への応募促進
- ・担当者の二次審査会へのオブザーバー参加を受入れ、グッドデザイン賞審査や評価への理解を促進する
- ・受賞プロモーションにおいて、JDP のリソースを活かした展示や販売を協力して実施する

公益目的事業 2

(デザインに係る人材の育成に関する事業)

(1) インターナショナル・デザイン・リエゾンセンター事業

インターナショナル・デザイン・リエゾンセンターの活動は、引き続きデザイナーやデザインを伝える人と、デザインを知りたい、学びたい人とをつなぐ発信と学びの場を提供する。国内外のデザイン関連機関等が開催するデザイン振興・教育・啓蒙などに関するイベントを積極的に誘致しスペースの提供を行うほか、JDP の活動を通じて得られたデザインの共有知をトークやセミナー、ワークショップ等を通じて広く提供する。

2025 年度に引き続き年齢や職種不問でデザインの考え方やクリエイティブスキルを学びあう毎月 2 回の無料のデザインスクール「JDP イナバデザインスクールトーキョー」を、年間を通して実施し、デザイナー、ノンデザイナーの境界なく、自律的に働き、生きるためのスキルとしてのデザインを広める。

JDP 蔵書と最新のデザイン関連書籍を紹介する「リエゾンセンター・ライブラリー」も引き続き運営し、関連トークなどを実施するとともに、70 周年を機にデザインのレジェンドの著書コレクションも強化する。

また、活動内容の国際化をはかるため、海外の大学にリエゾンセンターへの加盟呼びかけを推進する。

(2) グッドデザイン・ニューホープ賞事業

「グッドデザイン・ニューホープ賞」は、大学・専門学校等の学生及び卒業・修了後間もない新進デザイナーを対象に、優れたデザインと将来性ある人材を発見・顕彰し、その後の成長や活躍の足がかりを提供することを目的とした事業である。これらの活動を通じて、次世

代のデザイン人材を育成するとともに、将来的なグッドデザイン賞本体への応募や、新たなデザイン領域の兆しをフィードバックすることを目指している。

2026年度は、本賞の立ち上げ期から携わってきた体制が一区切りを迎え、新たに審査委員長2名体制（川上典李子氏・原田祐馬氏）のもとで運営される年となる。これまで培われてきた本賞の理念や審査の考え方といったレガシーを継承しつつ、新たな視点や展開への期待を込めた運営を行う。

応募促進にあたっては、応募の量的な広がりに加え、教育機関との継続的な関係構築や応募内容の質的向上をはかる。具体的には、応募説明会や情報発信を通じて、本賞の趣旨や審査の視点への理解を深め、各校において本賞への応募が定着していく土壌づくりを進めることで、質の高い応募が継続的に寄せられる環境を整える。

受賞者に対するキャリア向上支援については、ネットワーク形成を主眼に置いた取り組みを強化する。2026年度は、グッドデザイン賞と連携した交流会を開催し、ニューホープ賞受賞者と、より幅広い世代・分野のデザイナーや関係者との接点を創出することで、受賞後の活動や協業の可能性を広げる。

また、「企業パートナー・プログラム」については、プログラムの趣旨や価値への理解を丁寧を広げながら、継続的な参画につながる関係構築を重視する。若手デザイナーの育成を共に支えるパートナーとの連携を着実に積み重ねることで、本賞の価値向上と持続的な事業運営につなげていく。

（3）デザインに関する調査研究・情報発信事業

国立大学法人一橋大学との間で、デザイン組織に関する調査研究分野で協働連携に係る覚書を締結し、2025年1月に企業内のデザイン部門・組織に関する調査研究での連携を開始した。2026年度も引き続き「デザイン組織 KPI」調査を実施し、社内デザイン部門・組織（インハウスデザイン組織）をもつ国内企業を対象に、同組織の貢献を可視化することで、企業間で量的に比較検討するための主要指標（Key Performance Indicators: KPI）として特定するとともに、その成果及び関連情報を積極的に発信していく。加えて、新たにグッドデザイン賞を通じて得た研究テーマを元に調査研究を行うプロジェクトの実施に向け検討を開始する。こうした一連の事業を通じて、企業、政府、自治体、地域、市民といったデザインの活用主体におけるデザイン人材の育成、デザイン組織の形成、セクター間でのデザイン連携の活性化を目指す。また、新たにグッドデザイン賞を通じて得た研究テーマを元に調査研究を行うプロジェクトの実施に向け検討を開始する。こうした一連の事業を通じて、企業、政府、自治体、地域、市民といったデザインの活用主体におけるデザイン人材の育成、デザイン組織の形成、セクター間でのデザイン連携の活性化を目指す。

また、グッドデザイン賞事業全体のデータマネジメント・プラットフォーム（DMP）基盤として構築してきた「デザイナーデータベース」を活用し、これまでにグッドデザイン賞

を受賞したデザイナーの情報を一般に向けて提供する「受賞デザイナーギャラリー」を、70周年を機に正式に稼働させる。デザイナー個人を、受賞デザインの領域や賞の種類、受賞年度、拠点とするエリアで検索でき、デザイナーの情報とその受賞デザインを、受賞年度や受賞企業に関わらず一覧できる。グッドデザイン賞を通じた70年にわたる日本のデザインの足跡とこれからの歩みを、それを担う「人」に着目してアーカイブしつづけるとともに、実績あるデザイナーのデータベースとして実務においても活用できる機能を提供していく。

(4) デザイン研究・デザイン振興助成事業

2024年12月より開始した「デザイン助成プログラム」は、パーパスの中で2030年までに実行する目標として掲げた「DESIGN INSTITUTE（デザインを探求する）」を構成する事業の一つである、デザイン分野の調査研究への助成、日本国内におけるデザイン振興活動への助成を通じて、デザイン分野の研究をリードする人材や、デザインの力を活用した取り組みを広げる人材を育成することを目指している。2026年度も本プログラムの運営を行い、デザイン研究2件、デザイン振興2件への助成を通じて、デザイン分野の研究をリードする人材や、デザインの力を活用した取り組みを広げる人材を育成するとともに、デザインの効果を明らかにする学術研究の蓄積とデザインの価値に対する社会的な理解の向上をはかる。さらに、2025年度助成プログラムの成果報告会を実施するほか、2027年度助成プログラムの募集も進める。

(5) デザイン体験プログラム普及推進事業

2024年度から新たにデザイン体験プログラム普及推進事業を開始し、小中学校における総合学習などの教育現場と協力しながらデザインに親しみ、生きる力として活用してもらうための取り組みを実施している。2025年はそうした取り組みのプロトタイプとなることも念頭に、東京都三鷹市および埼玉県松伏町の小学校と連携し、企業やデザイナーと協働で学校での授業づくりを行なった他、石川県加賀市教育委員会と連携して同委員会の教育ビジョンのビジュアルデザイン制作を担った。

2026年度は、加賀市教育委員会との連携を通じて学校の垣根を超えた地域企業などとの協力の可能性を探る。また、2025年度に引き続きプロトタイプとなりうる事例の発掘、各学校単位での授業づくりの取り組みも実施していく。また、デザイン業界が抱える豊富な人材の教育への活用も検討する。このように教育業界の各種レイヤーごとに最適な連携をとることで、教育を通じて社会がデザインに触れ、我が国における子どもたちのデザインリテラシーの向上をはかっていく。

(6) 寄附講座開設事業

国内の高等教育機関を対象に 2026 年度も寄附講座を実施する。開設を希望する教育機関を公募し応募機関に対して、教育方針や要望との整合を図った上でデザインの啓蒙・訴求効果を担保した内容を策定する。本事業は受講者側とともに、出講者をグッドデザイン賞受賞当事者などとするることによる多様な人材支援への貢献を目的とする。2026 年度は、公募の結果立教大学にて実施が決まっているほか、70 周年を機にグッドデザイン賞の歴史に顕著な実績が認められるデザイナーによる公開講座開設を計画する。

公益目的事業 3

(優秀なデザインを展示・提案することにより、生活者に豊かさと潤いを与える事業)

(1) 東京ミッドタウン・デザインハブ事業

デザインハブギャラリー及びリエゾンセンターは、東京ミッドタウンのデザイン活動の中心であり、多様なプレイヤーと共に展示・セミナー等の活動を継続して推進する。

① 合同プログラム・企画展

デザインハブでは、デザインハブ構成機関や外部協力団体による企画展を年 8 本程度実施し、関連するオンライン・オフラインでのトークイベントやセミナーを随時開催する。構成機関による合同企画としては、2018 年度から開催している全国のさまざまな教育機関で取り組まれているデザイン教育の内容を通じて、今の社会に求められているデザインに触れる「ゼミ展」を引き続き開催。さらに、開設当初から 15 年以上実施している恒例の夏のキッズ・ワークショップは多様な領域の企業の参加を募り、デザインをより身近に感じられる企画とする。JDP 独自の企画としては、グッドデザイン賞の 70 年とこれからの歩みをテーマとした企画展を開催予定。

②東京ミッドタウン・デザイン部

日常にデザイン視点を導入するための活動「東京ミッドタウン・デザイン部」は、引き続き東京ミッドタウンやデザイン・文化関連施設との連携等を行い、デザインの視点からの社会教育活動の一環として注力。オンライン・オフラインで年間 15 回以上の開催を継続する。

(2) 海外展示会事業

日本デザインの国際的な認知度向上を図り、新たな接点を開拓するため、中国・深圳で開催

される中国最大級の見本市の一つに出展する。

これまでの実績を踏まえ、製造業が盛んでデザインへの関心が高い深圳エリアの見本市イベント内で、グッドデザイン賞の受賞作品を紹介する展示を実施する。会場では、審査委員や過去の受賞者を招いたトークイベントを実施し、日本のデザイン及びグッドデザイン賞の理念・価値観への理解を深める機会を提供する。これにより、現地のデザイン業界や企業との交流を促進し、グッドデザイン賞のさらなる認知度向上も推進する。

また、70周年をきっかけにグッドデザイン賞やGマークの認知度をアジア以外でも上げていくため、外務省等が管轄する欧米の在外拠点を利用した展示会等発信も検討する。

収益事業 1

(商標権 (G マーク) の使用促進に関する事業)

(1) 受賞者プロモーション事業

2025年度に、グッドデザイン賞の受賞者が受賞をPRするためのGマークの使用方法をわかりやすく解説するページをウェブサイト上に新設した。また、受賞アピールアイテム(表彰状・トロフィー等)の制作・頒布を行うとともに、受賞者をフィーチャーしたメディア広告企画やトークイベント、海外での審査レビュー・イベントなどを実施する。オウンドメディア「グッドデザイン・ジャーナル」上では昨年度より編集タイアップ広告枠を設け、受賞対象の開発背景などを読み物としてまとめる方式で5記事を掲載し、ニーズに応じた企画を提供することにより、受賞者メリットを創出するとともに、多様な情報の提供を実現している。

さらに「Gマーク」を効果的にプロモーションに使用している受賞企業の事例を紹介し、使用促進をはかる。

(2) GOOD DESIGN STORE 支援事業

野原グループ株式会社の運営する GOOD DESIGN STORE TOKYO by NOHARA に対して、当会は KITTE 丸の内店とオンライン店舗の運営支援、企画協力、GOOD DESIGN Marunouchi 企画展関連商品販売を通じた相互送客を継続する。

店舗のメディア掲載を通じたグッドデザイン賞や受賞商品のPRのほか、東京以外での期間限定店舗を年5回以上開設し、グッドデザイン賞受賞商品及びグッドデザイン賞の認知拡大に努める。グッドデザイン賞受賞展期間中にも臨時店舗を併設予定である。

収益事業2

(受託に関する事業)

東京ビジネスデザインアワード

東京都より受託して企画運営を行う東京ビジネスデザインアワード事業は、都内中小製造事業者が有する優れた事業シーズの発見とニーズの掘り起こし・各社の新規事業及び市場開拓を、企業とデザイナーとのマッチングにより支援する事業である。

近年では参加企業の業態拡大が進んでいることから、より広範な業種からの参加を募ることで、幅広い都内中小企業の事業支援に貢献していく。

また事業実現化率の向上を目標に、マッチング成立事業者へ対する支援期間を3年として、実効力の高い伴走体制を引き続き提供する。各社へのきめ細やかな対応を行えるよう審査や事務運営の適切な体制づくりを進める。

引き続き、都内各区で進められる行政へのデザイン導入と普及を支援するための関係構築に務めるとともに、各区からのアワード事業への応募誘致を推進する。