

論文種類【原著論文 (Original Article)】

分野【その他】

デザインミュージアムとデザイン政策——その変遷と現状

Design Museum and Design Policy——Its transition and current situation

暮沢剛巳

東京工科大学 教授

kuresawa@stf.teu.ac.jp

KURESAWA Takemi

Tokyo University of Technology

Abstract

“Design seisaku” is a Japanese generic term for various measures and initiatives implemented by state and local governments to promote design, equivalent to the English term “design policy.” The realization of the design museum I am proposing will require policy initiative support from both the private sector and national and local governments. By assessing the evolution of Japan’s design policy, this paper aims to provide an overview of the movement to establish a design museum in the country. In particular, this paper reviews relevant policies proposed in the 1910s, 1970s, and the 21st century.

キーワード: デザイン政策、デザインミュージアム、工芸指導所、デザイン政策室、デザイン振興

Keyword: Design Policy, Design Museum, Industrial Arts Institute, Design Policy Office, Design Promotion

1. はじめに

本稿は、「デザイン政策」とは、国家や自治体がデザインの振興のために行う様々な施策や取り組みの総称であり、英語のデザイン・ポリシー design policy に相当する。私が提言しているデザインミュージアムの実現は民間ばかりでなく、国家や自治体の政策的な取り組みが不可欠な事業であり、この論考は日本におけるデザインミュージアム設立の動きを、主にデザイン政策の変遷を通じて概観することを目的とする。

2. デザイン政策としての殖産興業政策

どこの国でも事情に大きな違いはあるまいが、デザイン政策はその国の産業振興と強く結びついていて、そのために有用なデザイナーや技術者の養成を大きな目的としている。日本の行政上の区分では、日本のデザイン政策は経済産業省（以下経産省）の管轄だが、その経産省にデザイン課が設けられたのは、まだ通商産業省（通産省）と称していた 1958 年 5 月のこと、デザイン奨励審議会（前身は 1956 年に設置された意匠奨励審議会）で、1978 年に輸出検査及びデザイン奨励審議会に改組される）が設置されたのは同年 9 月のこ

とである。管轄部署がデザイン振興策を盛り込んだ答申を発表するという文字通りのデザイン政策の起点がここであることは間違いないが、より視野を広げて産業振興という観点から考えれば、おそらく明治期にまで遡ることが可能である¹。

明治維新を経て近代化を果たし、欧米諸国に追いつくことを至上命題としていた当時の日本にとって、殖産興業は富国強兵と並ぶ国家繁栄の両輪であった。明治期の前半には、日本の伝統美を尊ぶジャポニズムが欧米諸国でブームを迎えていたこともあり、陶磁器や漆器などの伝統工芸は大いに歓迎され、外貨獲得にも大きく貢献した。工芸品の産地は大いに活況を呈し、明治政府も工芸を主力輸出品の一つとして掲げることになった。だがこうした流行も長くは続かず、以前からの伝統にこだわり続けた日本の工芸はやがて飽きられ、欧米諸国での市場価値も低下していく。その象徴が1900年のパリ万博であった。当時は既に、内外の博覧会への出品と、その輸出を奨励する殖産興業の中で、全国の工芸家に貸し出すために描かれた図案をまとめた『温知図録』が普及し、西洋風の意匠を知っていた職人たちの仕事はある程度底上げされていたにもかかわらず、日本館の展示は旧態依然としたものであり、その不評によって伝統に固執することの限界を悟った明治政府は、大きな方針転換を余儀なくされることとなる²。

もちろん、明治政府は欧米諸国に対抗するためには産業の近代化が不可欠であることを理解しており、模範工場の創設や創業、あるいは製品の品質管理には比較的早い時期から取り組んでいた。前者の例としては、富岡製糸場(1872)、品川硝子製造所(1873)、八幡製鉄所(1901)などを、後者の例としては蚕業試験場(1893)や東京工業試験所(1900)などを挙げることができる。これらの事例は日本における産業革命の先駆とみなすことができるが、当時の最新技術を導入したこれらごく少数の施設を除けば、全国各地のものづくりの大半は、まだまだ伝統的な手仕事や技法に依存していた。ジャポニズムの流行で市場が活況を呈しているうちはそれでもよかったが、生産性を向上させるためには、作業工程の近代化が不可欠であった。

1906年、京都に陶磁器試験場が開設され、藤江永孝が所長に就任する。藤江は東京職工学校(現東京科学大学)で西洋式の窯業を指導していたゴッドフリート・ワグネル³に師事した窯業技術者であり、この試験場の所長就任は、ジャポニズムにおもねった従来の伝統的な様式とは異なる、当時のヨーロッパで進められていた新しい技術や実験に基づく陶磁器の開発を目的としていた⁴。陶磁器試験場はその後1918年には国立へと移管され、新たな陶磁器開発の拠点となる。当時の日本にとって陶磁器は外貨を獲得するための主要輸出品であるため、一定の品質を保ちつつ欧米の陶磁器よりも安価な製品を提供する必要があった。言うなれば国家的、産業的な養成のためにデザインの質的向上が求められたのである。伝統と一線を画した近代的な陶磁器の開発を志向した点では、試験場の開設は近代的なデザイン政策の先駆を為す試みと言える。

産業の近代化を図りつつ、高品質の工芸製品を量産するためには、当然ながら海外の産業事情に精通した人間による陣頭指揮が必要だが、当時の日本にそのような人材はほとんど存在しなかった。そのような目的のために海外から招聘されたのがワグネルのようなお雇い外国人だが、数年の契約期間を終えたら帰国して

¹ 佐藤道信によれば、殖産興業としての美術工芸の振興は古美術保護や美術教育制度の確立と並ぶ明治期の主要美術政策の一つだったという。佐藤道信『〈日本美術〉誕生：近代日本の「ことば」と戦略』ちくま学芸文庫、2021年、p196

² 同万博の日本館では、過去最大級の日本の古美術の展示が行われたが、アール・ヌーヴォーが全盛期を迎えていた当時のパリにおいて、さしたる評価は得られなかったという。『千九百年巴里万国博覧会臨時博覧会事務局報告 下』、農商務省、1902年、p491。なお『温知図録』は<https://webarchives.tnm.jp/imgsearch/show/C0039267>, <https://webarchives.tnm.jp/imgsearch/show/C0040027>, <https://webarchives.tnm.jp/imgsearch/show/C0040037> を参照。

³ ワグネルは明治初期に鍋島藩の招聘で来日し、明治政府が1873年にウィーン万博に参加した際には、イギリスのサウスケンジントン博物館(後のV&A)を引き合いに出して工芸育成のための博物館建設を力説するなど、日本にいち早く博物館の必要性を説いた人物でもあった。

⁴ その一例として、試験場におけるマジョルカ焼の開発が挙げられる。詳細は増淵鏡子「明治期におけるマジョルカ焼の受容」(『藝叢：筑波大学芸術学研究誌』第12号、1996、pp137-155)を参照のこと。

しまう彼らに長期間依存することはできなかつたため、教育によって人材を育成する必要があった。東京高等工業学校図案科（1899）や京都高等工芸学校図案科（1901）はそうした人材育成を期待されていた組織であり、図案のほか繊維や陶磁器などが教えられた。また同じ時期には大日本図案家協会（1901）のような団体が結成され、「図按」（1901）、「技芸乃友」（1905）「現代の図案」（1914）、「現代の図案工芸」（1916）が創刊されるなど、近代デザインの基盤が整えられつつある時期でもあった。そのような流れのなかから、展示教育施設である博物館の建設を求める意見が現れるようになる。いち早く近代化を達成した欧米諸国と同様の現象が、少し遅れて日本にも出現したのである。

3. 幻の工芸博物館構想

デザインミュージアムという言葉はもちろん戦後、それも主に 21 世紀以降に言及されるようになった歴史の浅い言葉である。だが今から一世紀以上も前、東京高等工業学校の図案科長だった松岡壽が 1912 年に起草した文章のなかには、そのマトリックスとも言うべきものが現れている。

「農展開設ニ就テ」⁵というこの文章では、①本省ニ一般工芸ニ関スル一切ノ事ヲ管掌スル一機関ヲ設ケル事、②工芸審査会ヲ設ケ其道ノ權威者ヲ改テ組織シ工芸振作ニ関スル総テ重要事項ヲ審議スル事、③工芸品及意展覧会ヲ開設スル事、④工芸品及図案ノ懸賞募集ヲ行ヒ貴格ニ入りタルモノヲ試作シ海外ヘ試売スル事、⑤公私各博覧会ニ於ケル工芸審査ニ関與スル事、⑥輸出関係国ニ工芸ノ素養アル駐在官ヲ置ク事、諸国ノ風俗ノ変遷嗜好趨勢ヲ觀察報告、⑦工芸博物館ヲ設ケ内外古今ノ美術工芸品ヲ蒐集シテ意匠ノ涵養ニ資スル事、という 7 つの政策が提案されている。言うまでもなく、最後の⑦の工芸博物館がそのマトリックスに相当する。博物館と言え、東京、京都、奈良の三都市の皇室博物館（現国立博物館）くらいしかなかった当時、工芸を専門とする博物館を設立しようというのは、ずいぶん思い切った発想ではないか。この建議書は、博物館の重要性を強調したワグネルの提言から影響を受けたのかもしれないし、あるいは皇室博物館が構想段階から大英博物館をモデルとしていたように、この工芸博物館も、産業振興を目的に設立されたサウスケンジントン博物館（現在の V&A 博物館）をモデルに構想されたのかもしれない。博物館自体がわずかしかなく、その必要性がまだまだ認知されていなかった当時、工芸品の輸出振興を目的としたこの構想はこれ以上具体化することはなかったが、今から 100 年以上も前にデザインミュージアムのマトリックスが提起されたことの画期性は強調しておきたい。

4. 工芸指導所の設立

1926 年には財界の支援の下に帝国工芸会が設立される。同会は日本の産業の現状を「我国ニ於ケル最多輸出ノ可能性アル工芸品ノ種類性質ガ、千篇一律ニシテ、時代ニ順応セル趣味意匠ニ欠乏セル」と見て、「新ナル特色ヲ有スル商品ヲ案出シ、広ク販路ヲ拡大スル」⁶必要性を説いた。同会は翌 1927 年に雑誌「帝国工芸」を創刊し、海外のデザインの紹介に努め、それに刺激を受ける形でその関係者が新たなデザイングループを結成し、実験的な政策を試みるようになった。多くが美術学校、高等工業学校、高等工芸学校の卒業生でもあったそのグループは、「デルタ図案研究所」「X 会」「木のめ舎」「形而工房」などである。なかでも「形

⁵ 森仁史『日本〈工芸〉の近代——美術とデザインの母胎として』吉川弘文館、2009 年、pp113-114。同年に帝国工芸会が発表した「工芸振興に関する建議書」の「(①一般工芸行政の中核的機関の設置, ②工芸審議会の設置, ③工芸品・意匠展示会開催, ④図案の募集(試作・海外試販), ⑤意匠調査の海外, 駐在官の設置, ⑥工芸博物館の設立)の 6 つの政策は、一部簡略化されているものの、この文書とほぼ同一であり、ここでも工芸博物館の建設が提言されている。

⁶ 引用は森仁史「日本デザインの進取と模索——工芸指導所の歩んだ道」(『復刻版 工芸ニュース 別巻 総目次・解説』国書刊行会、2013 年) p51 より。

而工房」は、日本でも初めての本格的なモダンデザイングループであった。

さらに1928年には、商工省（通産省の前身）によって工芸の振興や海外輸出を目的とする研究指導機関・工芸指導所が仙台に設置された。ここで用いられている「工芸」は、創設時に第一部（木工、塗工、玩具）、第二部（鋳造、鋳金、化学）、第三部（図案設計、彫塑、写真及印刷）という3つの部門を持っていたことからわかる通り、伝統的な手仕事に依拠した狭義の工芸に加えて、産業という意味合いを強く持っていた。商工大臣の中橋徳五郎は、指導所の開所に当たって「我国在来ノ工芸的手工業ニ対シテ、工業ニ関スル最新ノ科学技術ヲ応用スルコトヲ指導奨励シテ、ソノ製品ヲ海外輸出スルニ適當ナラシムル」⁷ことをその任として強調している。富国強兵の旗印のもと、当時の日本は軍事偏重の体制が敷かれていたため、その体制に適合しない品目の輸出不振に苦しみ、多額の貿易赤字に喘いでいた。指導所には、工芸を通じた産業振興と輸出振興の役割も期待されていたのである。

ここで同時期の海外との並行関係という観点で注目しておきたいのが、1919年にドイツのワイマールに開校したバウハウスである。同校の独自のカリキュラムに基づく画期的なデザイン教育は世界的に高い関心を集めたが、その活動は日本でも注目され、山脇巖・道子夫妻や水谷武彦が海を渡って留学する一方、日本国内においても、その影響のもとに機能主義、合理主義を重んじるデザインを試みる者が現れた。前述のように形而工房はその先駆であり、指導所のスタッフにも斎藤信治、剣持勇、豊口克平ら機能主義を強く志向する者が現れたことには、バウハウスからの影響を窺うことができる。

5. 海外デザイナーの招聘と『工芸ニュース』

人材育成の重要性は既に触れた通りだが、工芸振興の分野はまだまだ欧米諸国に大きく後れを取っていた。そこで工芸指導所では著名な海外デザイナーを招聘することとなり、指導所が白羽の矢を立てたのがブルーノ・タウトとシャルロット・ペリアンの二人である。タウトは1933～1936年、ペリアンは1940～1942年とともにその滞日期間は限られていたが（日本を気に入ったペリアンには、戦後にも再来日して数年間を過ごした）、二人とも全国各地を精力的に回ってデザイン指導を行うと同時に、自らの作品制作にも意欲的に取り組んだ。例えば、初代所長だった國井喜太郎の方針で、工芸指導所は竹材の研究に力を入れていたのだが、タウトもペリアンも自国には自生していないこの素材に強い関心を示し、竹材を用いた作品を多数試作している。それらの作品は、今までに数多くの機会を通じて紹介されているほか、タウトに師事した剣持勇や豊口克平、ペリアンの視察に同行した柳宗理が戦後日本を代表するデザイナーとして頭角を現すなど、人材育成にも貢献した。彼らの活動は今までも多くの展覧会を通じて紹介されてきたが⁸、デザインミュージアムが開館した暁には、過去の展示を再現するなど、あらためてその足跡を回顧する機会を設けるべきではないか。

同じく、工芸指導所の重要な業務として挙げられるのが機関誌『工芸ニュース』の刊行である。工芸指導所では1930年から機関誌『工芸指導』を発刊し、指導所の事業を紹介していたが、仙台では編集業務に不都合な面もあったため、1932年からは東京に工政会出版部を設立し、そこを編集拠点として『工芸ニュース』の月刊での刊行が始まった。『工芸ニュース』は1932年に刊行されてから、1974年に休刊するまでの

⁷ 森、同論文、p53

⁸ タウトの滞日中には「ブルーノ・タウト氏指導小工芸品」展（日本橋丸善本店、大阪大丸本店、1935年）が、ペリアンの滞日中には「選択・創造・伝統」展（日本橋高島屋、大阪高島屋、1941年）や「ル・コルビュジエ、レジェ、ペリアン三人」展（日本橋高島屋、1955年）が開催されたほか、比較的近年に限っても、「ブルーノ・タウト [1890-1938] 近代建築のあけぼの／宇宙建築師の夢」（京都国立近代美術館、1994年）「ブルーノ・タウト——アルプス建築から桂離宮へ」展（ワタリウム美術館、2007年）、「シャルロット・ペリアンと日本」（神奈川県立近代美術館、2011年）などの展覧会で両者の軌跡が紹介されている。

約 40 年間、何度か中断や版元の変更を経ながらも断続的に刊行された機関誌であり⁹、国内外のデザインの動向や工芸指導所の研究の内容を詳しく伝える役割を担っていた。

『工芸指導』第 1 巻第 1 号の「巻頭の言」には、「惟いますに本邦経済の確立は、之を産業の興隆輸出の振興に俟たなければならないとは、今や挙国一致の声でありまして、就中我国伝統的工芸の産業的更生によって之を遂行しようとの議も、同憂の士に依って称えられつつあるところであります（中略）幸いに本計画の円満なる進展によって本邦産業工芸のために寄与する事を得ますれば本所の喜びのみではありません」と、産業工芸の振興を通じて国家の経済を発展させんとする指導所の目的が強調されており、初代所長であった國井喜太郎の「工芸の指導に直面して」ほか、「工芸品の製造に用いられるべき機械に就て」「支那工芸産業化を觀て本邦斯業の覚醒を望む」「工芸の現代性に就て」「工芸の理化学化と機械化に就て」「人形と流行」といった論説が並んでいる。また資料編に外国貿易の収支などと並んで「家具及びバスケット類需給状況」が設けられているのは、竹材の研究や輸出に積極的であった國井の関心を反映したものであろう¹⁰。

また装いを新たにした「工芸ニュース」では、第 1 号の巻頭言に今後は月刊で刊行し工芸問題を一層周知することを宣言し、また「意匠資料」「海外新商品の紹介」「内外工芸産業情報」「新しき機械の紹介」というコーナーを設け、工芸情報の充実が図られた。特に、海外旅行の敷居が高く、海外の書籍や雑誌の入手が難しかった当時、「海外新商品の紹介」は海外のデザインを知る貴重な窓口であった。離日したタウトがその後 1938 年にトルコで亡くなったときも、「工芸ニュース」では多くの頁を費やして彼の業績を回顧し追悼とした。

「工芸ニュース」第 3 号の巻頭に掲載された「本邦工業の工芸的進展を望む」には、著者である國井の問題意識が如実に表れている。この短い論考の中で國井は、明治維新以降の急速な近代化によって日本の経済や工業が大いに発達したことを喜びつつ、「数千年の伝統と練磨によって築き上げた芸術的内容が失せ、就中民衆生活の必需品は全く無味乾燥に陥り、或いは劣悪極まるものに墮し、輸出は次第に不振となり、却って斬新なる舶来品の輸入せらるるもの多きは、国家にとって甚だしい損失と言わざるを得ない」と、伝統の喪失に伴う工芸品の品質低下を輸出不振の原因とみなし厳しく批判し、「人は実用ばかりでは生活が出来ない。其の上本能的に美を要求する。故に日常使用の物品は固より実用を本旨とするも、さらに美感を満足せしむべき美的様相を必要とすることは論を俟たない」¹¹と、工芸は実用のみならず高い美的水準をも合わせて備えるべきと力説する。明治維新による近代化が工芸の第一次革新期であるなら、今は第二期であるとする國井の見解は、そのまま工芸指導所の存在理由ともなっていたと言えよう。

6. 戦中・戦後の工芸指導所

1933 年、商工省は日本輸出工芸会を創設し、この年より輸出工芸展を開始した。この事業は、輸出を拡大しより多くの外貨を獲得するためには、工芸品の役割が重要であるとの認識に基づく、明治期の殖産興業政策の延長線上にあるものだった。そのため政府は海外の万国博覧会にも積極的に参加し、工芸品の PR に

⁹ 「工芸ニュース」の版元及び刊行期間は以下の通りである。

工政会出版部（1932 年 6 月/第 1 巻 第 1 号～1935 年 1 月/第 4 巻 第 1 号）、工業調査協会（1935 年 2 月/第 4 巻 第 2 号～1944 年 4 月/第 13 巻 第 3 号）、高山書院（1944 年 5,6 月/第 13 巻 第 4 号～1946 年 6 月/第 14 巻 第 1 号）、技術資料刊行会（1946 年 10 月/第 14 巻 第 2 号～1951 年 2 月/第 19 巻 第 1 号）、丸善（1951 年 7 月/第 14 巻 第 2 号～1974 年 7 月/第 41 巻 第 3・4 号）。現在これらは、『復刻版 工芸ニュース』（第 1 期、第 2 期いずれも全 6 巻、国書刊行会、2013 年）として復刊されている。

¹⁰ 「1 巻 9 頁/第 1 期第 1 巻 9 頁」

¹¹ 「3 巻 1 頁/第 1 期第 1 巻 811 頁」

勤しんだ¹²。しかしこの時期、日本は清国最後の皇帝だった愛新覚羅溥儀を執政（後に皇帝）として擁立し満洲国という傀儡国家を建国するなど、中国大陸への侵攻を強めていた。国は徐々に戦時体制を強化し、1940年には七・七禁令（奢侈品等製造販売制限規則）が施行されるに至った。奢侈なものは禁制というのだから、これはほとんどデザイン活動の禁止に等しかった。だがこの時期にも指導所はタウトの後任としてペリアンを招聘し、輸出拡大策としてのデザイン指導を委託し、ペリアンもそれを快諾して精力的に活動した。しかし太平洋戦争の開戦により、その活動も継続が困難になった。日本での活動が不可能になったペリアンは指導所との契約を解除し、当時の仏領インドシナへと出国した（ペリアンが再来日を果たすのは、戦後しばらく経った1955年のことである）。

禁令は多くのデザイナーの手足を縛ったが、日本の機能主義デザインは戦時下で独特の発展を遂げることになる。戦時体制へと移行した結果、当然のように多くの資源は軍部へと集約されるので、他の民生用の資源は限られたものとなる。そのため軍部は必要最小限の資源による住宅や家具の開発を指導所に要請した。1941年10月に開催された第1回国民生活用品展¹³ではその成果が発表された。剣持らが占領地に赴く日本人のために開発した「現地用携帯家具」はその一例である。同時期のドイツでもヒトラーの命令によってフォルクスワーゲンのような小型車が開発されていたことを思えば、皮肉なことではあるが、「必要は発明の母」の言葉通り、戦時体制には機能主義デザインを発展させる一面が潜んでいると言える。当時の国民の暮らしぶりは国立歴史民俗博物館や昭和館などの展示を通じてある程度うかがい知ることができるが、やはりデザインという観点を導入した展示が実現することが望ましい。

他方、戦時体制下の国際的孤立によって日本製品は海外市場から排斥され、工芸品の海外輸出という明治期以来の目標は事実上失われた。代わりに推進されたのが、厚生省雪害調査所が日本民藝館と共同で行った農閑期の農家が用いる副業製品の製品化である。これは、禁令にも触れず資材供給も必要とせずに工芸の市場を開拓するという、一種の抜け道的な政策であった。これには後に、1940年に結成された大政翼賛会も関与して東北地方手工芸振興委員会が設立されるのだが、この政策は反権威的な由来を持つ民藝運動を戦時体制に近づける結果にもなったことが指摘されている¹⁴。

また戦時体制下では代用品の開発も欠かせなかった。指導所は1942年には過去最高となる160名もの技官を抱えることとなり、工芸品の輸出振興という本来の仕事がほぼなくなったにもかかわらず、戦時体制下での多くの要請がデザイナーの新たな仕事をもたらしたことがわかる。戦後、東京オリンピックや大阪万博のデザインを統率したことで知られるデザイン評論家の勝見勝が嘱託として勤務していたのもこの頃（1941-43年）のことだ。だが戦局の悪化には逆らえず、1944年11月、工芸ニュースは休刊し工芸指導所の活動も休眠状態となった。工芸ニュースが再刊されるのは、1946年2月のことである。

ちなみに、アジア・太平洋戦争終結後の1952年、工芸指導所は産業工芸試験所と改称されてその活動はより産業色の強いものとなり、さらに1969年には、現在の産業総合研究所の前身にあたる工業技術院の一部である製品科学研究所として再編される。デザイン政策という観点から見た場合、その活動に特筆すべき点はないが、「工芸ニュース」の刊行は74年7月まで続けられた。

約40年の刊行期間を通じて、「工芸ニュース」で工芸/デザイン博物館についての議論が提起された形跡はない。同誌は同時期の日本のデザイン振興に大きな役割を果たしたが、博物館についての議論は停滞した

¹² 当時日本が参加し、工芸展示を行った博覧会として、パリ万博（1937）、ニューヨーク万博（1939）、サンフランシスコ万博（1939）などが挙げられる（なおサンフランシスコの博覧会は、博覧会協会（BIE）から正規の認証を受けていない）。このうちニューヨーク万博では、國井が工芸部門の審査員を務めている。

¹³ 第2回展が1943年3月に開催された。

¹⁴ 森、前掲書、p209

ままだった。やはりまだ、産業振興を第一義とする当時のデザイン振興において、博物館の必要性は認識されていなかったのだろう。

7. 戦後復興とデザイン政策の始まり

アジア・太平洋戦争によって日本の産業界は壊滅的なダメージを被るが、終戦後朝鮮戦争などを経て徐々に復興を遂げ、1955年ころにはGNP（GDP）がほぼ戦前の水準に回復する。日本の製造業も輸出に活路を見出すが、ちょうどこのころ、国内メーカーが海外製品のデザインを模倣し、非難される事例が多発する。当時の日本ではデザインの権利意識がまだまだ低く、他者の製品の模倣に対する罪悪感も乏しかったのである。このままでは輸出振興の障害になることを恐れた通産省は1957年、「グッドデザイン商品選定制度」（通称Gマーク制度）を創設した。これは、優れたデザインの選定はもちろん、安易な模倣や盗用の防止が大きな目的であった。この制度はその後様々な変遷を経て、現在はデザイン振興会（JDP）が認定する「グッドデザイン賞」として現在に至るまで毎年実施されており、また赤丸の地に白抜きでGの一文字を描いた亀倉雄策デザインのマークもまた、制度が発足した当初から現在まで一貫して用いられている。

同じく1957年には、輸出検査法が制定された。これは、輸出検査制度を強化して粗悪品の海外輸出を水際で阻止し、日本製商品の品質保持を目的としたものであった。1959年にはさらに輸出品デザイン法が制定され、安易な盗用や模倣を防止するための法的整備が進められる。冒頭で触れた、省庁主導のデザイン政策はこの頃に開始されたことになる。

8. 世界デザイン会議

1960年5月11～16日、東京・大手町の産経会館で「世界デザイン会議」が開催された。デザインをテーマとした日本初の大型国際会議であり、38の国と地域から、総計227名（海外84名、国内143名）のデザイナーが参加し、白熱した討議が催された。この会議は日本に「デザイン」という外来語が定着するきっかけとなったことで知られているが、最終日に採択された「東京宣言」は、その後の日本のデザインに大きな影響を与えることになる。ここにその全文を採録しておこう。

我々は本日世界デザイン会議東京会議の幕を閉じるにあたり、会議に参加したすべてのメンバーの名において、つぎのことを宣言する。

我々は人種・言語・国家の相違を越え、現代に生きる人間として互いに会い、知り、話すことの価値をここにあらためて確認する。

我々は今日の世界がこのような相互理解と相互寄与の場を必要としていることを確信する。

我々は来るべき時代が人間の権威ある生活の確立のために現代よりも一層強い人間の創造的活動を必要としていることを確認し、我々デザイナーに課せられたつぎの時代に対する責任の重大なることを自覚する。

我々はこの東京会議によって点ぜられた灯を消すことなく、つぎの時代に対する我々デザイナーの協同の責任を手をたずさえてはたさんことを誓う。

我々はこの東京会議の後、やがて来たるべき国際的機構の活動が開始され、つぎの時代の人間の幸福のために確固たるイメージの探求が行われることを提唱する¹⁵。

¹⁵ 引用は内田繁『戦後日本デザイン史』みすず書房、2011年、pp89-90から。

ちなみに、当時多摩美術大学の学生だった三宅一生が、この国際会議の議題に服飾デザインが含まれていなかったことを不満とし、主催者に質問状を送ったのは有名なエピソードである。その三宅が世界的なファッションデザイナーとなった後年にデザインミュージアムの設立を提唱したことは、彼なりに長い年月の雌伏を経て「東京宣言」の精神の実現を目指したものと考えられなくもない。この国際会議で提唱された理念は、既に開催の決まっていた1964年の東京オリンピックや、数年後に招致に成功する1970年の大阪万博を舞台として展開されることになる。

9. 1960～1970年代のデザイン政策

翌1961年、「デザイン奨励審議会答申」が刊行された。ここには、1958年に通産省にデザイン課が開設されて以降の数年間で取りまとめられたデザイン政策が盛り込まれている。答申では、デザインは「企業経営に直結するもの」とされ、企業経営者に対してデザインへの強い意識を求めているほか、デザインの範囲を産業界に限定することなく、広く一般大衆も対象とすることを提案し、また小中高の児童・生徒への教育の必要性も強調している。経営を重視する姿勢が明治期の殖産興業政策から連続するものだが、加えてここには、前年に開催された「世界デザイン会議」からの強い影響がうかがわれる。具体的なデザイン政策としては、①デザイン振興の中心的機関の設立、②デザイン教育の充実、③デザイン研修機関の設立、④官公設試験研究機関の充実、⑤総合デザイン展の開催、⑥意匠センターの助成強化が挙げられている。いずれも重要だが、特に①⑤⑥はデザインミュージアムの設立にも関わる内容であり、また1969年、現在のデザイン振興会（JDP）の前身にあたる産業デザイン振興会が設立されたことにも繋がっている。

1972年、通産省は「デザイン奨励審議会中間答申-70年代のデザイン振興政策のあり方」を取りまとめる。前回の答申から約10年が経過し、デザインという言葉が広く浸透した半面、その適切な理解が必ずしも進んでいないという前提のもと、この答申では「デザイン活動」という言葉が用いられている。

<デザインの正しい把握>

従来、わが国においては、「デザイン」は、単に製品の表面的な形態、色彩、模様等の装飾を意味する言葉として、極めて限定的に、また誤解をもって用いられてきた場合が多く、これが現在のわが国におけるデザインの向上、振興を著しく阻害している点が指摘される。もとより、デザインの概念は、それが有する領域の広さ等からいって定義し尽くすものではないが、現在では「デザイン活動」の概念として、ほぼ次のようなコンセンサスが得られている。すなわち、「デザイン活動」は、人間の物質的、精神的な諸要求を最も十分に満足させる調和ある人工的環境を形づくることを意図する創造的な活動であり、具体的には、製品に期待する諸機能、生活環境への適合性、趣味嗜好への合致といった使用者の様々な要求と生産面における技術的可能性および経済性等を考慮に入れて製品の形態上の決定を行う活動である¹⁶。

この答申では、「デザイン振興政策の課題」として①デザイン振興政策のシステム化の推進②デザイン振興体制の整備拡充③試験研究体制の確立（国立試験研究機関・地方公設試験研究機関）④デザイン

¹⁶ 経済産業省「これからのデザイン政策を考える研究会」p11

https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_service/design_policy/pdf/001_05_00.pdf (2024年12月1日閲覧)

の保全⑤国際交流の推進が挙げられ、またデザイン運動を展開するうえで「デザインイヤー」「世界デザイン博覧会」「生活とデザイン博覧会」などの重要性が強調されている。博覧会の意義を強調しているのは、1970年の大阪万博の成功を踏まえてのことと思われるが、それが「デザイン活動」と結びつけられているのがこの答申の大きな特徴である。

1973年、日本を襲ったオイルショックの結果、10年以上に渡って続いた高度経済成長はあえなく終焉し、日本は長い低成長時代に突入する。それはとりもなおさず、今までの産業構造の転換、さらにはそれを前提としていたデザイン政策の転換を求めるものであった。実は73年はデザインイヤーに当たり、日本国内でも多くの関連イベントが開催されていたのだが、その中でも特に重要なのが10月11～13日の3日間、京都国際会館で開催された世界インダストリアルデザイン会議である。この会議は38の国と地域から2,245名（海外448名、国内1,797名）が参加した大規模なもので、3日間に渡って10の分科会で白熱した討議が行われた。デザイン政策という観点からは、デザイン教育（デザイン教育による人間形成とその世界の創造）、特別分科会（新しいインダストリアルデザインの役割）、デザイン振興と啓蒙（日常生活レベルでの文化運動）、デザイン政策と行政（日常生活とデザイン政策）、デザインと企業（転換期を迎えた企業とデザイン）は重要であった。いずれの分科会でも、今後日本のデザインはいかにあるべきか、真剣な討議が交わされたであろう。ほかにも、この年には『日本人の生活とデザイン展』、『世界サイクルデザインコンペ』などの全国的なキャンペーン活動が展開された。

10.生活文化財博物館

デザイン奨励審議会は、次いで1979年に「今後のデザイン振興策について」という部会報告書をまとめている。そのなかでは、国民の生活水準が向上し、既に物質的な欲求がある程度満たされたことを前提に、①わが国のデザイン水準を向上させ、豊かな国民生活を実現すること、②商品を作る人、それを使う人、これをつなぐ人、すべてに関わるもの／消費者行政、中小企業政策、技術振興政策、教育政策、文化政策等と密接な関係を有するもの→この多面的な性格を十分に認識し、施策の展開にあたること、③デザインの本質は「創造」的活動にあり、これを尊重する制度や機運の醸成が重要であること、④デザインを通じて国策的課題の達成に寄与する側面があること、を提唱している。またそのための施策として、①デザインの重要性に関する国民的認識の深化、②産業に対するデザイン振興策の強化、③公共デザインの向上、④デザイナー対策の強化、⑤国際交流の強化、⑥デザイン振興策のシステムの推進、⑦デザイン振興の施設整備が挙げられているが、実は⑦のなかで振興策の一環として「生活文化財博物館（デザイン博物館）」に触れている¹⁷。これは、戦後にデザイン課が設置されてからはもちろん初、戦前まで遡れば、1912年の「工芸振興に関する建議書」以来の、デザイン振興策としてのミュージアム建設の提言であり、後述するようにこの構想には一定の具体性を伴ったものであった。

11.1990年代のデザイン政策

それから約10年後の1988年、デザイン奨励審議会は1988年に「1990年代のデザイン政策」という答申をまとめ、そこではデザインの社会への一層の浸透、デザインインフラの整備、デザインを通じた国際交流の推進、'89デザインイヤーの提唱などが提言されている（ちなみに同年には、V&Aの活動から分岐する形でロンドンに世界初のデザインミュージアムが開館している）。そのデザインイヤーに対応していたのが、翌1989年、名古屋市内の複数の会場で開催された「世界デザイン会議 ICSID'89

¹⁷ 前掲、p15

NAGOYA であった。これは日本で開催された最大級のデザインイベントであり、バブル期の絶頂にふさわしく、46の国と地域から、総計3,764名（海外654名、国内2,630名）のデザイナーが参加する大規模なものであった。この会議のテーマは「かたちの新風景——情報化時代のデザイン」で、既に目前に迫っていたインターネット時代の予見に満ちていたが、この大規模な事業には、88年の名古屋オリンピックの招致失敗の穴埋めという側面もあった。

翌1990年はデザインイヤーに当たるが、これに合わせる形で、政府はこの年の10月1日を「デザインの日」として制定する。これは、1959年のこの日にデザイン奨励審議会が設置されたことにちなんだものであった。亀倉雄策のデザインによる「デザインの日」のロゴマークが発表されたほか、グッドデザイン賞授与式・デザイン功労賞表彰式、シンポジウム開催やポスター配布等の事業が集中的に実施された。

だがバブル経済もあえなく終焉し、1991年以降、日本社会は「失われた10年」と呼ばれる出口の見えない長期の不況に突入する。1993年、輸出検査及びデザイン奨励審議会が「時代の変化に対応した新しいデザイン政策のあり方-輸出検査及びデザイン奨励部会中間答申-」を取りまとめる。長期の不況の真ただ中で取りまとめられたこの答申では、①国民生活の充実、②需要の創造及び産業経済の活性化、③生活文化の創造、④創造力の涵養が「今日におけるデザインの意義」として挙げられている。③や④には、早期の景気回復が見込めない中、デザインの創造性に対する強い期待が現れている¹⁸。

1997年、輸出検査法及び輸出品デザイン法が廃止される。この二つの法律はいずれも1950年代末に安易な海外製品の模倣を戒め、輸出製品の品質管理を徹底するために制定されたものだが、それから約40年が経過して、国内外の情勢も大きく変化し、役割を終えた形での廃止だった。さらに翌1998年には、デザイン奨励審議会が廃止される。これまた設立後の約40年間でデザインを取り巻く状況が大きく変化し、改正の必要に迫られての廃止だった。またこの年より、Gマーク事業が日本産業デザイン振興会へと移管される。

12.21 世紀のデザイン政策

21世紀を迎え、日本のデザイン政策は大きなターニングポイントを迎える。「ブランド」や「感性価値」といった、従来には存在しなかった視点が強調されるようになったのである。経産省の製造産業局が2003年に発表した「デザインはブランド確立への近道——デザイン政策ルネッサンス——（競争力強化に向けた40の提言）」では、「ブランド確立のためのデザインの戦略的活用支援」「デザインの企画・開発支援」「デザイン情報インフラの確立・整備」「意匠権等の権利保護の強化」「実践的人材の育成」「国民意識の高揚」という6つのカテゴリーの下に、総計40の提案が盛り込まれているが、最後の「国民意識の高揚」の下には、「デザインミュージアムの設立を通じて多様で優れたデザインに触れる機会の創出」が設けられ、あらためてデザインミュージアムの必要性が強調されている¹⁹。

一方、2007年に経済産業省商務情報政策局を通じて「感性☆（きらり）21報告書」として発表された『感性価値創造イニシアティブ——第四の価値軸の提案——』では、「高機能性」「高信頼性」「合理的価格」に続く第4の価値軸として「感性価値」の重要性が強調され、感性の働き、感性価値とは何か、感性価値はイノベーションと成長のドライバー、感性価値創造における日本の強みと弱み、感性価値創造の方法論、感性価値を活用した将来系のビジネスモデル、感性価値の高いものづくりとサービス実現のために、などの観点

¹⁸ 前掲、p18

¹⁹ 前掲、p19

からその意義が強調されている。言うまでもなく、この感性価値という新たな付加価値を生み出す役割を担っているのがデザインだ。21世紀になって発表されたこの2つの答申は、いずれも海外との競争を念頭に日本のデザインの高付加価値化を想定したものであり、後者では直接の言及はないものの、デザインミュージアムの必要性が意識されていることは間違いない。また2007年にはキッズデザイン賞が創設され、子供の観点からのデザイン政策の必要性が説かれている。さらには、2008～2010年から「感性価値創造イヤー」として、感性価値創造の実現に向けた施策を重点的に実施された。

2011年には、クリエイティブ産業に共通する課題ごとの機能を集約し、商務情報政策局にクリエイティブ産業課（デザイン政策室を含む）を設立、2017年には海外輸出を前提にクリエイティブ産業を改組し、クールジャパン政策の総合的な企画・推進を担うクールジャパン政策課が設立されるなど、海外向けの情報発信の体制がさらに強化される。

ブランドを重視する姿勢は以後も堅持されるが、2010年代のデザイン政策では、新たに「デザイン経営」という視点が盛り込まれた。これは、デザインの問題解決のプロセスを他のビジネスの局面に応用しようとするデザイン思考という考え方に注目が集まり、デザインと産業の緊密な結びつきを新たにとらえ直そうという動きが出てきたことが大きな理由と思われる。2017年には経産省商務情報政策局が「第4次産業革命におけるデザイン等のクリエイティブの重要性及び具体的な施策検討に係る調査研究報告書」を、翌2018年には経産省・特許庁が「デザイン経営宣言——産業競争力とデザインを考える研究会」を発表するが、後者の中では以下のように述べられている。

日本は人口・労働力の減少局面を迎え、世界のメイン市場としての地位を失った。さらに、第四次産業革命により、あらゆる産業が新技術の荒波を受け、従来の常識や経験が通用しない大変革を迎えようとしている。そこで生き残るためには、顧客に真に必要な存在に生まれ変わらなければならない。そのような中、規模の大小を問わず、世界の有力企業が戦略の中心に据えているのがデザインである。一方、日本では経営者がデザインを有効な経営手段と認識しておらず、グローバル競争環境での弱みとなっている。

デザインは、企業が大切にしている価値、それを実現しようとする意志を表現する営みである。それは、個々の製品の外見を好感度の高いものにするだけではない。顧客が企業と接点を持つあらゆる体験に、その価値や意志を徹底させ、それが一貫したメッセージとして伝わることで、他の企業では代替できないと顧客が思うブランド価値が生まれる。さらに、デザインは、イノベーションを実現する力になる。なぜか。デザインは、人々が気づかないニーズを掘り起こし、事業にしていこうという営みでもあるからだ。供給側の思い込みを排除し、対象に影響を与えないように観察する。そうして気づいた潜在的なニーズを、企業の価値と意志に照らし合わせる。誰のために何をしたいのかという原点に立ち返ることで、既存の事業に縛られずに、事業化を構想できる。

このようなデザインを活用した経営手法を「デザイン経営」と呼び、それを推進することが研究会からの提言である²⁰。

経産省と特許庁は、2019年より「デザイン経営」の表彰を開始し、例年数社を表彰しているほか、2020年以降はデザイン振興会（JDP）に委託する形で「デザイン経営に関する調査」を実施しており、デザイン経営に熱心な企業ほど売り上げが高く、従業員からも顧客からも愛されるとの結果を得てい

²⁰ 前掲、p20

るとのことで、今後も当面はデザイン経営を重視する姿勢を堅持するものとみられる。

12. デザイン政策の変遷

以上の経緯を追っていくと、戦前・戦後を通じてのデザイン政策の大まかな推移を確認することができる。殖産興業に注力していた戦前からの流れを受け、戦後のデザイン政策は、「産業振興・産業競争力の強化」を大きな目的として出発した。デザインを「企業経営に直結するもの」と考えていたのだから当然だが、1970年代以降は、地域振興や市民生活の豊かさといった「文化的・精神的価値の創造」といった側面にもスポットが当たるようになった。これは、高度経済成長が終焉し低成長時代を迎え、その一方で多くの国民が物質的な欲求がある程度満たされた結果新たな価値を志向するようになったことが理由と言える²¹。加えて近年は、行政サービスの向上などもうたわれるようになった。デザインミュージアムの開設も、そうした流れの中からクローズアップされるようになった。

他方、デザイン政策におけるデザイナーの役割も時代とともに変化してきた。デザイナーが単なる製品の製造者ではなく、社会的な使命を負った存在であることは1960年の「世界デザイン会議」でも明言されているが、年を経るごとにデザインの仕事は細分化され、技術革新に合わせて新たなスキルが求められるようになった。高い視座を持ったデザイナーを要請するためには、やはり教育施設としてのミュージアムは欠かせないだろう。

13. デザイン政策から見たデザインミュージアム——その歴史的展開

以上のデザイン政策の流れを追っていく中で、次に見ていきたいのが、デザインミュージアムについての提言である。デザインミュージアムの建設を待望する意見が高まってきたのは比較的最近、21世紀以降のことだが、1910年代前半には工芸博物館、また1970年代後半には生活文化財博物館という具合に、それに類する施設の必要性は久しく以前から提言されていた。背景と合わせてみていこう。

まず工芸博物館だが、現在、伝統工芸を対象とした中小規模の博物館が全国各地に点在しているなかであって、国の主導で建設された工芸博物館というと、1977年に旧陸軍近衛師団庁舎を改装して東京国立近代美術館の分館として開館し、2020年に金沢に移転した国立工芸館を置いて他にない。同館は陶磁、ガラス、漆工、木工、竹工、染織、人形、金工、など総数約4,000点を収集・展示している文字通りの工芸博物館である（同館はグラフィックデザインやインダストリアルデザインも展示や収集の対象としているが、主役はあくまで伝統的な工芸である）。

それに対して、松岡壽のいう工芸博物館は、併記されている①～⑥の内容が示す通り、それらの各手工芸に加えて、図案や意匠、さらには工業デザインをも収集や展示の対象とした、より射程の広い博物館である。翌年にはその具体策として「農商務省図案及応用作品展覧会」が実施されたという事実もその印象を一層強くする。既に述べたように、この博物館のアイデアは恐らくイギリスのサウスケンジントン博物館をモデルとしたものだろう。この建議書が発表されて間もない1914年、東京高等工業学校（現東京科学大学理工学系）の工業図案科が廃止されて東京美術学校（現東京藝術大学美術学部）図案科（現デザイン科）に統合され、一方で前者の流れを汲む東京高等工芸学校（現千葉大学工学部）が設立されるなど、当時のデザイン教育は図案（グラフィックデザイン）と工芸（インダストリアルデザイン）の2つを軸に再編が進みつつあった。⑥の工芸博物館の工芸も、この区分に相当しているものと考えることができる。現在活動中の国立工芸館の英語名は National Craft Museum だが、⑥の工芸博物館の英語名は National Industrial Design Museum、

²¹ 安田祿造『本邦工芸の現在及将来』（廣文堂書店、1916）

National Industrial Art Museum、あるいは National Polytechnic Museum とでもなるだろうか（ちなみに、東京高等工芸学校の英語名は Tokyo College of Industrial Arts である）。東京高等工業学校の教授だった安田 禄造は、1916 年に発表した著作²¹で、同一規格の量産品に一品制作に近い技巧を加えた領域を「工芸」と呼ぶことを提唱している。工芸博物館の「工芸」や、また後年創設される工芸指導所の「工芸」も、このような意味合いであったに違いない。まだ博物館がほとんど存在せず、教育文化施設としての役割も知られていなかった当時、工芸博物館はもっぱら「工芸」の振興を目指して計画されたものだったことがわかるが、残念ながら当時その構想が広く共有されることはなかった。

次いで生活産業博物館だが、こちらは答申の中でより詳細に言及されている。前後の文脈と合わせて確認しておこう。

わが国においては、一般にストックを厚くするという配慮に乏しい面があるが、デザイン面においても同様の現象となっている。とくに、近代工業社会の革新性、そこにおける製品の移り変りの早々は、商品をストックするという概念の成立を困難にしている。わが国が産み出した貴重な生活文化財（優秀デザイン商品）は、できる限り保存し、できれば国民全体の資産として集中保管管理され国民に提供されるのが望ましいことはいうまでもない。

しかしながら、この博物館設置についてもこういった面に関する国民的コンセンサスが基盤として必要である。したがって、現実的な方策としては、貴重な生活文化財については、製造者等にその保存（実物の保存が困難な場合はせめてスライド等の形での保存）を要請するとともに、デザインの重要性、文化の重視といった国民的コンセンサスの形成を進めていく過程でその実現に努めていくこととするのが適当である²²。

1970 年代末、全国各地には多くの美術館・博物館が開館しており、帝室博物館しかなかった 1910 年代とは状況が大きく変化しており、当然、作品や資料の収集・展示、あるいは教育普及といった役割も広く共有されていた。半面、美術館・博物館が収集や展示の対象とするのは著名な美術作品や希少な文化財の類であるというのが常識として浸透しており、安価な日用品や量産品が多くを占めるデザインをその対象とすることには多くの困難が予想された。「わが国が産み出した貴重な生活文化財（優秀デザイン商品）」という表記や「せめてスライド等の形で」という留保からは、その困難を克服すべき知恵を絞った様子がうかがわれる。博物館の建設には多額の経費が掛かるため、その実現のために国民的コンセンサスが必要というのは全くその通りなのだが、残念ながらこの時点ではその形成に向けての本格的な努力は為されなかった。

14. デザイン政策から見たデザインミュージアム——現状と今後

そして 21 世紀を迎えて、経済産業省製造産業局が 2003 年に発表した「デザインはブランド確立への近道」（競争力強化に向けた 40 の提言）の「6. 国民意識の高揚—「デザインミュージアムの設立を通じた多様で優れたデザインに触れる機会の充実」には、以下のような一節がある。

デザインに対する国民のマインドを高めるには、小中学生の頃からデザインへの興味を深め、独創的なデザインを尊重する意識を持つことが重要であり、そのためには単なる商品の展示だけではなく、実際に商品に触れたりデザインの制作過程を理解するような空間が存在することが望ましい。国民が美しいデザイ

²² 経済産業省、前掲、p198

ン、使いやすさに配慮したデザイン、環境にやさしいデザインなど多様で優れたデザインに触れる機会を増やすことができるように、官民合同で過去の優れたデザイン商品を集めたデザインミュージアムを創設し、実際に商品に触れたりコンセプトを理解する場を設けることについて検討すべきである。

ただし、ミュージアムの設立及び運営には膨大な経費がかかるので、それを節約するため、既存施設を転用すること、情報通信機器を活用し各地のデザインミュージアムとの連携を図ることによりあらゆるところでアクセスが可能なバーチャルデザインミュージアムを設立することも視野に含めるべきである²³。

この提言を前出の70年代末の答申と読み比べてみると、まずデザインミュージアムという言葉がそのまま用いていることが目を惹く。これは、およそ20年間の時間の経過を経て、デザインやミュージアムの使命が、社会へとより広く浸透し、「生活文化財博物館」のような翻訳による言い換えが不要となったことを物語る。その一方で、バーチャルデザインミュージアムという以前にはあり得なかった提案がなされている点も大きな特徴である。これはミュージアム建設にかかる多額の経費の低減と、インターネットの進展を前提に、以前の答申にあった「スライド等の形で」という提言をさらに発展させたものということができる。

奇しくも、この提言が発表された2003年は、三宅一生が「朝日新聞」に「つくろう、デザインミュージアム」という一文（同年1月29日付夕刊）を寄稿したのを皮切りに、JIDA理事長（当時）の大倉富美雄が同じく「朝日新聞」に「進むデザインミュージアム構想・日本を社会美の先進国に」（同年5月22日付夕刊）を寄稿、さらには建築家の坂茂が慶應義塾大学で「東京デザインミュージアム設立構想」というセッションを開催するなど（同年11月21日）、デザインミュージアムへの関心が一気に高まりを見せた。以後、デザインミュージアムをめぐる動きは急加速していく²⁴。

またこの答申の中で直接の言及はないが、近年高まりをみせているのがデザイン資源に対する関心である。現時点でデザイン資源という言葉の明確な定義は確立されていないが、大意としては、社会の発展に貢献してきた工業製品や生活用品などの各種デザインを広く「資源」とみなして調査や研究の対象としようとすることを指す。70年代末の答申では、日用品や量産品が多くを占めるデザインが、著名な美術作品や希少な文化財に比べて価値の低いものとみなされがちなため、「生活文化財」という視点を導入して研究や収集の対象としたことは既に確認した通りだが、これはデザインを文化財という既存の価値観に引き寄せようとする施策でもあった。それに対してデザイン資源という言葉には、既存の価値観に依存するのではなく、デザインそのものに価値を見出そうとする視点が潜んでいる²⁵。「ブランド」や「感性価値」など、21世紀以降のデザイン政策を通じて切り開かれた視点と言えるかもしれない。

2024年の「デザイン白書」では、「社会全体にデザインを浸透させるための取り組み」というデザイン政策室のページがあり、その中で指摘されているいくつかの問題点のうち、「デザイン資源を十分に活用できていない」という問題に関しては、英国の「ビクトリア&アルバート博物館」やドイツの「ヴィトラ・デザインミュージアム」のようなデザイン専門のミュージアムを開館することが1つの解決策となることが提言

²³ 前掲、p199

²⁴ 代表的なものとしては、別稿で取り上げたDOOのJDM構想をはじめ、「東京デザイン・ミュージアム設立構想」（坂茂研究室、2003）、「日本におけるデザインミュージアム現状と未来」（デザイン史学研究会、2005）、「国立デザイン美術館をつくる会」発足（発起人：三宅一生・青柳正規、2012）、「日本のデザインミュージアム実現に向けて」展（21_21DESIGN SIGHT、2013）、「テレビ番組「デザインミュージアムをデザインする」放送（NHKEテレ、2020-）」「DESIGN MUSEUM BOX展 集めてつなごう 日本のデザイン」（Ginza Sony Park、2021）、「DESIGN MUSEUM JAPAN展 集めてつなごう 日本のデザイン」（国立新美術館、2022）などが挙げられる。

²⁵ 経済産業省デザイン政策室「未来を拓く源泉「デザイン資源」の可視化・活用に向けて」

https://japio.or.jp/00yearbook/files/2023book/23_3_01.pdf（2024年12月2日閲覧）

されている²⁶。現時点ではこれがデザイン政策上の最新の提言と言えそうだが、その一方では、前出のヴァーチャルミュージアムの展開可能性について、ネットワーク型ミュージアムという名称での検討が進められている²⁷。デザインミュージアムの開館に向けては、まだまだ多くの課題が山積していることは確かかなようである。

参考文献

- [1] 『千九百年巴里万国博覧会臨時博覧会事務局報告 下』、農商務省、1902 年
- [2] 『復刻版 工芸ニュース』(第 1 期、第 2 期いずれも全 6 巻、国書刊行会、2013 年)
- [3] 内田繁『戦後日本デザイン史』みすず書房、2011 年
- [4] 佐藤道信『〈日本美術〉誕生：近代日本の「ことば」と戦略』筑摩書房、2021 年
- [5] 増淵鏡子『明治期におけるマジョルカ焼の受容』(「藝叢：筑波大学芸術学研究誌」第 12 号、1996)
- [6] 森仁史『日本〈工芸〉の近代——美術とデザインの母胎として』吉川弘文館
- [7] 森仁史「日本デザインの進取と模索——工芸指導所の歩んだ道」(『復刻版 工芸ニュース 別巻 総目次・解説』国書刊行会、2013 年)
- [8] 安田禄造『本邦工芸の現在及将来』(廣文堂書店、1916)
- [9] 経済産業省「これからのデザイン政策を考える研究会」
https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_service/design_policy/index.html
- [10] 経済産業省デザイン政策室「未来を拓く源泉「デザイン資源」の可視化・活用に向けて」
https://japio.or.jp/00yearbook/files/2023book/23_3_01.pdf
- [11] 経済産業省デザイン政策室「デザイン白書 2024」<https://www.jidp.or.jp/ja/2024/06/04/wpd2024>
- [12] 「DESIGN MUSEUM JAPAN フォーラム 2023 〈Vol.1〉」
<https://designmuseum.jp/topics/2023/12/08/118>

²⁶ 経済産業省デザイン政策室「デザイン白書 2024」p237 <https://www.jidp.or.jp/ja/2024/06/04/wpd2024> (2024 年 12 月 20 日閲覧)

²⁷ 「2024 年 1 月 14 日に「DESIGN MUSEUM JAPAN フォーラム 2023 〈Vol.1〉」開催」の告知より
<https://designmuseum.jp/topics/2023/12/08/118> (2024 年 12 月 20 日閲覧)