

平成 21 年度調査事業

デザイン力強化による産業活性化に関する調査

【概要】

欧米では、1980年代から経営戦略におけるデザインの重要性が語られ始め、新興国の製品と戦うには、それらの国々より一日の長があるデザイン力やブランド力を活用する方法が取られている。

一方、経済産業省では、ものづくり産業を取り巻く環境の厳しさから、平成19年5月、従来のものづくりの価値軸(性能、信頼性、価格)に加え、新たな着眼点から価値創造を促進するため、「感性価値創造イニシアティブ」を策定し、今後、感性価値創造の実現に向けたデザイン振興等の施策を重点的に行うこととしている。

こうした中であって、東北地域では、一部にデザインに係わる先進的な試みが見られるものの、地域全体としては、取り組みは必ずしも十分とは言えない状況にある。

本調査では、東北地域のものづくり産業のデザインに対する取り組みを実態把握した上で、産業活性化のためにデザインが果たしうる役割とそれを促進するための方策について検討した。

【対象市町村、モデル地域等】

【調査年度】

平成 21 年度

【提案・要請者】

【提言内容・その後の活動等】

現在のような、ものが売れない社会にあっては海外に拠点を移して、ものづくりをするより、国内生産でしっかりとブランドを築いた上で海外へ販路を広げる方が、本来のあるべき姿だと思われる。

東北地域企業ヒアリング調査によると、価値を生むものづくりのため、「意図・想い(想う)」→「可視化・具現化(カタチにする)」→「伝達・共有(伝わる)」→「問題解決(役に立つ)」(以下、繰り返し)という“ものづくりサイクル”と呼ぶべきプロセスを回し続けているという状況が分かった。

よって、デザインを“「可視化・具現化」を通じ、つくり手の意図や想いを「伝達・共有」し、問題解決をはかること”と定義し、上記の“ものづくりサイクル”を回す力をデザイン力と捉え、このデザイン力を強化することが、日本のものづくり企業が生き残るためのベースになると結論づけた。

最後に、行政機関のデザイン振興のための支援策は、既に一通り揃っているもので、これ以上の充実を考えるよりも、これらを実際にどう動かしていくか、加えて、デザインに関連した東北地域の学術機関は多数存在しているので、学校という資源の活用について提言を行った。

【成果品】

報告書

【調査体制】

委員会

【委員長・座長】

渡邊 政嘉 独立行政法人産業技術総合研究所 イノベーション推進室 総括企画主幹

【事務局】(IVICT は除く)

井上 岳一 株式会社日本総合研究所 総合研究部門 主任研究員

吉田 賢哉 株式会社日本総合研究所 総合研究部門 副主任研究員

秀島 美弥 株式会社日本総合研究所 総合研究部門 研究員

【調査協力機関】

株式会社日本総合研究所

【視察先・ヒアリング先など】

安達紙器工業株式会社

株式会社一ノ蔵

エコライン株式会社

及源鑄造株式会社

斎藤マシン工業株式会社

在来津軽「清水森ナンバ」ブランド確立研究会

株式会社鈴木製作所

株式会社諏訪田製作所

ブナコ漆器製造株式会社

有限責任事業組合ままくう

【委員等】(分科会等は除く)

植松 豊行 東北芸術工科大学 デザイン哲学研究所 教授 サステイナブルデザイン研究センター長

福嶋 路 東北大学大学院経済学研究科 准教授

立川 裕大 株式会社 t. c. k. w 代表取締役社長

森谷 甚栄 東北経済産業局産業部商業・流通サービス産業課長

町田 俊一 地方独立行政法人岩手県工業技術センター理事 企画統括部長

伊藤 克利 宮城県産業技術総合センター 企画・事業推進部モノづくり設計支援班 副主任研究員 班長

武井 呉郎 山形県工業技術センター企画調整室 指導企画主任

天野 元 仙台市経済局産業政策部 産業振興課長

加藤 郁男 財団法人東北産業活性化センター 専務理事

【特記事項】

【区分】

産業活性化に関する調査・研究