

# 「グッドデザインしずおか」における地域の活性化に向けたデザイン

## Design for Regional Revitalization in “Good Design Shizuoka”

伊豆 裕一

デザイン学部 デザイン学科

IZU Yuichi

Department of Design, Faculty of Design

地方経済の活性化により東京一極集中を是正し、地方の人口減少に歯止めをかけるとした地方創生において、デザインは地域の活性化に貢献する要素の一つと考えられ、近年、各都道府県により多くのデザイン振興が実施されている。静岡県では、2005年より中小企業等のデザインレベルの向上と、デザインの戦略的な活用促進を目的に、県内の中小企業、個人、グループ、団体等を対象に、県内で開発される優れたデザインを選定し、顕彰する「グッドデザインしずおか」選定事業を実施している。本研究では、「グッドデザインしずおか」への15年間の応募デザインを分析することで、静岡県内におけるデザインへの取り組みについて考察した。その結果、従来からの色や形による差別化を目的としたデザインに対して、近年は企画段階からデザインを取り入れた商品開発や、地域の課題解決にデザインを活用した事例が増加していることが示された。

Design is a contributing factor in “Regional Revitalization,” which is intended to correct the extreme concentration in Tokyo by revitalizing the local economy and reducing the local population decline. In recent years, each prefecture has carried out many design promotion projects. In 2005, Shizuoka Prefecture began the “Good Design Shizuoka” selection to honor excellent designs developed by small and medium enterprise, individuals, groups, and organizations in the prefecture to improve the design level of the prefecture and promote the strategic use of design. This study investigates the design efforts in Shizuoka Prefecture by analyzing the designs submitted for “Good Design Shizuoka” over the past 15 years. Recently, products that incorporate design from the planning stage and local solutions that use design have increased compared to traditional design aimed at differentiation by color and shape.

### 1. はじめに

地方経済の活性化により東京一極集中を是正し地方の人口減少に歯止めをかけるとして、2014年（平成26年）地方創生にむけたビジョンがとりまとめられ、産学官により多くの取り組みが開始されている。これを受け、公益財団法人日本デザイン振興会はビジネスデザイン視点による地方創生として、地方自治体や各地の企業とデザイナーの連携により、ブランドや商品開発を支援し地域活性化を推進する事業を推進している [注1]。

一方、経済産業省デザイン政策ハンドブック2016 [注2]によれば、2014年度、全国のデザイン業の事業所数9,010に対し、東京、大阪、愛知に神奈川、兵庫を加えた3大都市圏を構成する5都府県の事業所数は合計5267（58.5%）であり、年間売上高は全国の62.8%を占める。また、2018年度の都道府県別のグッドデザイン賞（以下：Gマーク）の受賞件数において、上記の5都府県の企業・団体の受賞件数は889件と国内の合計受賞件数の1075件の8割を超え、さらに東京だけで595件と50%を超えるなど、デザインを効果的に活用していると考えられる事業者の多くは大都市に集中している [注3]。

これに対し、近年、各自治体により、デザインによる地域の活性化に向けた多くの取り組みが開始されている。経済産業省デザイン政策ハンドブック2018 [注4]によると、現在、全国では毎年200件を超えるデザイン振興策が各都道府県の主導により実施されている。そこでは、デザインに関する講習会や中小企業とデザイナーのマッチングイベントに加え、地域の中小企業、伝統産業、および作家等のデザインから優れたものを選定し顕彰する事業も多く実施されている。

本稿ではそのなかで、静岡県内の中小企業等を対象としたデザインの顕彰制度として2005年に開始され現在も続いている「グッドデザインしずおか」[注5]における、15年間の応募デザインと受賞デザインの推移を分析する。それにより、地方における地域の活性化に向けたデザインの活用や取り組みについて考察する。

### 2. デザインによる地域の活性化

#### 2.1.自治体によるデザインの顕彰制度

現在、我が国における全国規模のデザイン賞としては、公益財団法人日本デザイン振興会によるGマークと特定非営利活動法人キッズデザイン協議会によるキッズデザイン賞がある。しかし、近年、地域経済の発展にデザインを活用したいとの考えから、各都道府県により、以下に代表例を示す、地域に関わるデザインから優れたものを選定し顕彰する多くの事業が行われている。

山形エクセレントデザイン事業：

山形県内で企画・開発・生産されている製品を対象に、優れたデザインについて選定・顕彰 [注6]。

栃木県優良デザイン商品選定・表彰事業：

栃木県内の中小企業者等が製造する自社商品を募集し、優良デザイン商品を選定し表彰 [注7]。

グッドデザインぐんま商品選定事業：

群馬県内のデザインに優れた工業製品等を選定・推奨 [注8]。

## ニイガタIDS デザインコンペティション：

新潟県内の企業・個人を対象とした、生活市場へ向けた「新しい商品」および生活を支える「新しいシステム」の提案を対象としたコンペティション [注9]。

## グッドデザインしずおか：

静岡県内の中小企業等を対象とし、企画段階から流通段階までの間に、戦略的にデザインを活用したモノ・コトを選定 [注5]。

## 富山デザインコンペティション：

国籍を問わずエントリーできるデザインコンペ。選定商品は、富山県内のメーカーとのマッチングによる商品化が図られる [注10]。

## 三重グッドデザイン（工芸品等）選定制度：

三重県内の伝統産業・地場産業や地域資源を活用し、伝統的な技術または技法を用いて製造された商品から、デザイン性や機能性に優れ、こだわりのある革新的な商品を選定 [注11]。

## ひろしまグッドデザイン賞：

広島広域都市圏内で生まれた優れたデザインの商品およびパッケージを顕彰 [注12]。

これらの顕彰事業は何れも、応募資格が開催される地域の企業や個人によるデザイン、もしくは選定されたデザインについて開催県内の企業とのマッチングによる商品化が図られるなど、デザインによる地域の産業振興を目的としている。

## 2.2.静岡県のデザイン産業政策

古くから東西をつなぐ街道として栄えるとともに、豊かな水や森林等の資源に恵まれた静岡県は製造業が盛んな地域である。静岡県の2013年度のGDP（県内総生産）は、15兆8,763億円、一人当たり県民所得は、333万円であり、全国順位で見るとGDPは第10位、一人あたり県民所得は第3位と上位に位置している。こうした経済力をけん引しているのは製造業であり、製造業が県経済に占める割合は、就業者数で24%、県内総生産で35%、製造品出荷額等は16兆507億円（2014年）と全国第4位となる [注13]。

静岡県内でデザイン業として登録されている事業所数は174であり、東京、大阪、愛知、神奈川、兵庫、福岡、北海道、京都に次いで9位となる [注2]。また、都道府県ごとにみたGマークの取得数 [注3] において、静岡県の2018年度の取得件数は29件であり、前述の三大都市圏を構成する5都府県に次いで第6位となる。しかし、Gマーク取得は、県内に本社を置く楽器メーカーや自動車メーカーなど大企業に集中する傾向がある。県内の中小企業は、デザインを活用したいと考えていても、デザイン産業は東京、大阪、愛知などの大都市圏に集積していることから、デザイナーとの接点が少ないことも多く、県内でのデザインに係る需要と供給はアンバランスな状況にある。

静岡県では、消費者ニーズの多様化など、地域産業を取

り巻く環境変化に対応するため、1990年4月、県中小企業総合指導センターの内部組織として静岡県デザインセンターを設置。デザインの普及啓発のための展示や情報誌の作成、優れたデザイン製品の選定、先端機器を活用した新商品の開発、業界やデザイン関係機関への指導、デザイン関連情報の提供などを行ってきた。優良デザインの選定は、1993年から「静岡さいこうデザイン」の名称で開始され、1998年に「モノづくりデザイン静岡」と名称を変更している。2001年度には、デザインセンター廃止に伴い、デザインセンター機能を含む県中小企業総合指導センターの業務は、財団法人しずおか産業創造機構（現 公益財団法人静岡県産業振興財団）等に移管された [注14]。

その後、2005年より中小企業等のデザインレベルの向上と、デザインの戦略的な活用促進を目的に、優良デザイン選定事業は「グッドデザインしずおか」選定事業と名称を変更して県地域産業課が実施している。本事業では、県内に活動拠点がある中小企業、個人、グループ、団体等を対象に、県内で開発又は生産されるデザインの優れたものごとを選定し、顕彰している。

また、静岡県では2016年に、

- (1) デザインによる製品・サービスの高付加価値化や地域の魅力向上
- (2) デザイン産業の振興と県内への集積
- (3) デザイナーが活躍できる県内での就労先の確保を目的として静岡県デザイン産業振興プラン [注15] を発表している。

そこでは、

- (1) 中小企業がデザインを活用しやすい環境整備
- (2) デザイナーが活動しやすい環境整備
- (3) 学生等がデザイン関係分野で就労や活躍しやすい環境整備

の3点を基本方針と定め、デザイン支援活動を行っており「グッドデザインしずおか」もその一環の事業となる。

## 3. グッドデザインしずおか

## 3.1.賞の選定基準と構成

「グッドデザインしずおか」は、静岡県内の中小企業等を対象とし、企画段階から流通段階までの間に、戦略的にデザインを活用したモノ・コトを選定するもので、以下の基準等により実施される。

## 応募資格：

静岡県内に活動拠点がある中小企業、個人、グループ、団体等

## 審査基準：

- (1) 問題提起  
直面している問題が明確化され、環境への配慮や現代のニーズを反映しているか。
- (2) 提案  
製品化・事業化に至るまでに、斬新あるいは魅力ある提案がされており、独創性を持っているか。
- (3) 成果・結果  
結果として、提案されたデザインは魅力を持っているか。

#### 受賞者に対する支援

- (1) 首都圏で開催される展示会への出展
- (2) 流通アドバイス会
- (3) 選定製品等紹介パンフレットの作成
- (4) 県庁等での展示および紹介
- (5) 静岡県ホームページでの紹介

#### 受賞者以外の応募者に対する支援

希望者を対象に、応募製品のデザインについて、専門家との個別面談を通し、相談したりアドバイスを受けたりすることができるデザイン相談会の開催。

#### 審査委員

合計8～10名からなる、デザインや流通等の各分野の学識者や専門家による審査委員により構成。2019年度は以下の構成となる。

- 学識者：デザイン系大学教員
- 作り手視点：デザイナー、生産者
- 使い手視点：デザイナー、消費者誌編集者
- 買い手視点：販路開拓専門家
- 作り手育成視点：デザイン専門学校教員
- 技術視点：静岡県工業技術研究所長

#### 審査方法

- 一次審査：応募票による書類審査
- 二次審査：応募者によるプレゼンテーション

#### 賞の構成

##### 2005年から2007年

- 大賞（1点）
- ユニバーサルデザイン賞（1～2点）
- 地域産業賞（1～2点）
- 生活文化賞（1～2点）
- プロセス賞（1～2点）
- 奨励賞（3～4点）

##### 2008年から2015年

- 大賞（1点）
- ユニバーサルデザイン賞（1～2点）
- マネジメント賞（1～2点）
- 文化賞（1～2点）
- 技術賞（1～2点）
- 奨励賞（3～4点）

##### 2016年

- 大賞（金賞から一点を公開会場審査で選定）
- 金賞（2～3点）
- ユニバーサルデザイン賞（1～2点）
- マネジメント賞（1～2点）
- 文化賞（1～2点）
- 技術賞（1～2点）
- 奨励賞（2～3点）

##### 2017年

- 大賞（金賞から一点を公開会場審査で選定）
- 金賞（2～3点）
- グッドデザインしずおか賞（7～8点）

##### 2018年～

- 大賞（金賞から一点を公開会場審査で選定）
- 金賞（2～3点）
- ユニバーサルデザイン賞（1～2点）
- 匠賞（1～2点）
- 特別賞（4～6点）

賞の構成は年度を追って変化している。当初は大賞を頂点としてユニバーサルデザイン賞、地域産業賞、生活文化賞、プロセス賞、および奨励賞で構成されていたが、2008年からは地域産業賞がマネジメント賞、文化賞が生活文化賞、プロセス賞が技術賞と変化している。これは、応募デザインの性格から企業戦略としてのデザインへの取り組み（マネジメント賞）、ユーザーの日常生活に役立つデザイン開発（生活文化賞）、中小企業が持つ技術を活用したデザイン開発（技術賞）の顕彰であることを明確にした名称の変更であると考えられる。

また、2016年より賞の選定方法は大きく変化し、Gマークの方式を見習い、審査員が数点の金賞を選出ののち公開プレゼンテーションを行い、参加者により大賞を選ぶスタイルとしている。その後、2017年には各賞を廃止し、大賞候補となる金賞以外をグッドデザインしずおか賞に統一している。しかし、応募者から評価されたポイントが分かりにくいとの意見を受け、2018年からはユニバーサルデザイン賞、匠賞、特別賞の構成としている。なお、2018年からは応募カテゴリーを「モノ部門」と「コト部門」に分けて募集を行っている。

### 3.2.応募デザインの変遷

図1に2005年から2019年までの応募デザイン数の推移を表す。開始2年目の2006年には、これまでで最高となる122点の応募があり、2008年まで100点以上の応募が続いたものの2010年以降は概ね60～80点の間で推移している。

しかし、2006年の時点では一社で複数の商品をエントリーする企業が多く、エントリーの企業・団体数（以下：企業数）は87であった。その後は複数エントリーを行う企業は減少し、期間を通してエントリー企業数は50～90社、近年は70社前後で推移している。

表1に応募デザインのカテゴリーごとの応募数の推移を表す。カテゴリーは応募全体を通して、一定数の応募の見られる、一般ユーザーを対象としたプロダクト製品（雑貨・日用品）、インテリア用品（家具・インテリア）、食品（食品・飲料）、および衣料品（衣料・衣料小物）をそれぞれ一つのカテゴリーとした。また、それらには分類されない趣味やスポーツ用品（趣味・スポーツ）、BtoBを含む部品や素材類（設備・部品・素材）、および医療や健康に関わるもの（医療・健康・福祉）も独立したカテゴリーとした。さらに、デザインの目的から防災用品（防災）と地域の活性化に向けた活動（街おこし・仕組）もカテゴリーとして分類した。

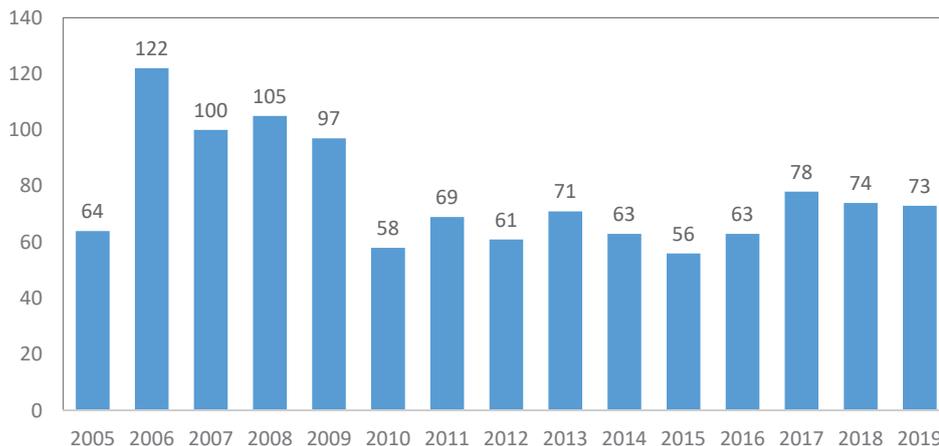


図1 「グッドデザインしずおか」応募デザイン数の推移

表1 「グッドデザインしずおか」カテゴリごとの応募デザイン数の推移

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
雑貨・日用品	22	58	42	54	30	27	28	18	41	24	22	25	23	29	20
食品・飲料	1	5	4	12	11	8	5	11	10	5	5	4	15	9	16
家具・インテリア	12	14	12	10	21	10	5	7	4	17	9	6	3	6	5
衣料・衣料小物	11	22	24	12	5	3	7	4	4	4	6	11	11	7	8
建築・環境	7	6	1	6	2	2	4	5	0	3	3	6	2	2	6
設備・部品・素材	3	8	8	1	15	7	4	4	3	3	1	4	3	2	1
医療・健康・福祉	3	3	3	4	7	0	12	3	7	3	5	2	4	9	2
趣味・スポーツ	0	3	1	5	4	1	4	4	2	1	3	5	5	5	1
防災	1	1	1	0	1	0	0	5	0	3	1	0	2	0	3
街おこし・しくみ	4	2	4	1	1	0	0	0	0	0	0	0	10	5	11

雑貨・日用品：文房具、家庭用日用品、トイレタリー用品、冠婚葬祭用品など

食品・飲料：菓子、農産加工品（茶）、水産加工品（缶詰）、酒類など

家具・インテリア：家具（椅子、テーブル）など

衣料・衣料小物：衣服、靴、アクセサリなど

建築・環境：住宅、建材材料、土木材料など

設備・部品・素材：工作機械、業務用機器、素材など

医療・健康・福祉：医療機器、介護用品など

趣味・スポーツ：スポーツ用品、手芸用品、ペット用品など

防災：防災用品、避難用具など

街おこし・しくみ：地域振興、ビジネス提案活動など

設備・部品・素材：67点（5.8%）

医療・健康・福祉：67点（5.8%）

趣味・スポーツ：44点（3.8%）

防災：18点（1.6%）

街おこし・仕組み：39点（3.4%）

なお、この内伝統工芸品の応募は雑貨や衣料品を中心に117件（10.1%）となっている。

応募点数が100件を超えた開始2年目の2006年から2008年までの3年間の各カテゴリーの応募数とその間の応募全体に占める比率と、応募点数が70件台で安定した2017年から2019年までの3年間の比率の変化を以下に示す。

雑貨・日用品：47.1%から32.0%に減少

食品・飲料：6.4%から17.8%に増加

家具・インテリア：11.0%から6.2%に減少

衣料・衣料小物：17.7%から11.6%に減少

建築・環境：4.0%から4.4%に増加

設備・部品・素材：5.2%から2.7%に減少

医療・健康・福祉：3.1%から6.7%に増加

趣味・スポーツ：2.8%から4.9%に増加

防災：0.6%から2.2%に増加

以上の各カテゴリーの15年間の応募数の合計は1154件、年間平均は77件となる。各カテゴリーの内訳を以下に示す。

雑貨・日用品：463点（40.1%）

食品・飲料：121点（10.5%）

家具・インテリア：141点（12.2%）

衣料・衣料小物：139点（12.0%）

建築・環境：55点（4.8%）

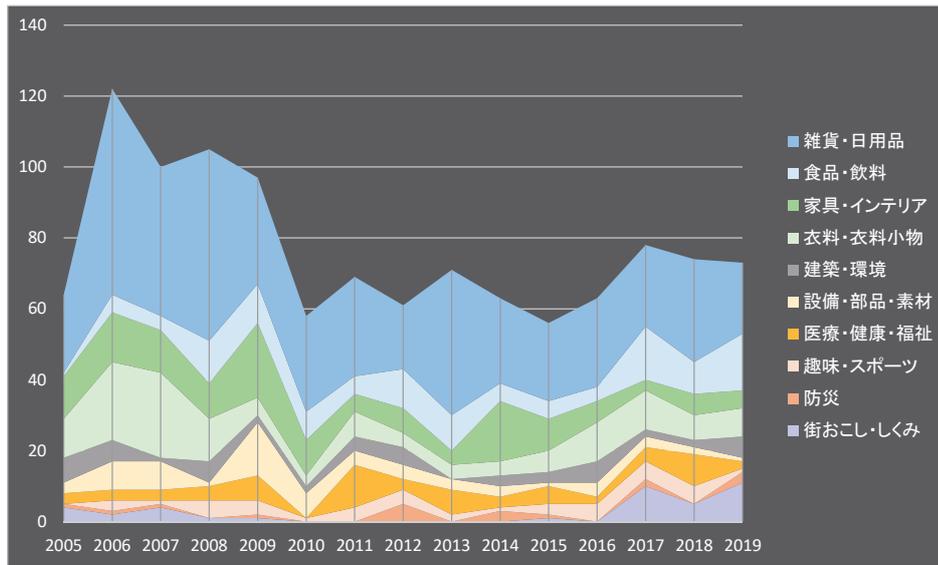


図2 「グッドデザインしずおか」 カテゴリーごとの応募デザイン数の推移

表2 2005～2019「グッドデザインしずおか」大賞デザイン

年度	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
カテゴリー	衣料・衣料小物	街おこし・仕組み	衣料・衣料小物	街おこし・仕組み	食品・飲料	食品・飲料	雑貨・日用品	雑貨・日用品
商品名	下駄 (伝統工芸) ひのきのはきもの	雑貨 「紙のまち・富士市」 における 「紙バンド手芸」 開発活動	綿織物 (伝統工芸) 遠州綿プロジェクト	ソフト ユニバーサルデザイン フォント「Uni-Type」	農業生産品 三島馬鈴薯 贈答用パッケージ	農業加工品 ふりーらフルーラ デザートへのトッピング 用 新感覚ふりかけ	文房具 5万円出版 自分史執筆キット	厨子 MUZEUM(ムゼウム) 厨子ステージ& コンソールキャビネット
写真								
年度	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	
カテゴリー	雑貨・日用品	家具・インテリア	趣味・スポーツ	設備・部品・素材	街おこし・仕組み	食品・飲料	街おこし・仕組み	
商品名	漆 (伝統工芸) オトモシッキ 花のオトモシッキ	椅子 ANELLO チェア	楽器 誠兵衛のリガチャー 「sayB b」	工作機械 21世紀型普通旋盤 「VERSEC」	高校生による地域活性化 水窪町 「発酵の町プロジェクト」 高校生が行う、発酵に よる地域活性化	食用油 茶ノ実油 GoldTeaOil 椿油やオリーブオイル のように茶の種子を搾 油した「茶の実 100% オイル」	吊り橋を主とした 観光施設開発 三島スカイウォーク	
写真								

街おこし・仕組み： 2.1%から11.6%に増加

直近の3年間の比率が以前より減少しているカテゴリーは、雑貨・日用品、家具・インテリア、衣料・衣料小物、および設備・部品・素材の4カテゴリーとなる。一方、増加しているカテゴリーは、食品・飲料、建築・環境、医療・健康・福祉、趣味・スポーツ、防災、および街おこし・仕組みの6カテゴリーとなる。

図2に表1に示した応募デザインのカテゴリーごとの応

募数の推移を表す。扱いやすさや機能性に加えて色や形の重視される雑貨・日用品（プロダクト）や衣料・衣料小物（ファッション）の比率は減少の傾向にある。一方、おもに県内産の食材を使用した食品・飲料（パッケージデザイン）や医療・健康・福祉に関わるデザインは増加の傾向にあり、デザインの活用が産業の多様な分野に広がっていることがわかる。また、街おこし・仕組みが増加していることから、デザインの対象分野がモノからコトへと広がっていることがわかる。

表3 「グッドデザインしずおか」 カテゴリーごとの受賞デザインの推移

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
雑貨・日用品	3	4	4	4	3	3	5	3	8	5	8	3	2	4	1
食品・飲料	0	0	1	2	2	3	1	2	0	0	0	1	4	1	3
家具・インテリア	2	0	2	2	0	2	1	0	1	3	1	1	0	0	1
衣料・衣料小物	3	0	3	2	1	1	2	3	1	1	0	3	0	0	2
建築・環境	0	1	0	0	1	1	1	2	1	1	0	2	0	0	0
設備・部品・素材	1	0	2	0	4	1	0	0	0	0	0	1	2	0	1
医療・健康・福祉	1	1	0	1	1	1	2	1	1	0	2	1	2	3	0
趣味・スポーツ	2	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	3	0
防災	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	1
街おこし・しくみ	0	5	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2	4

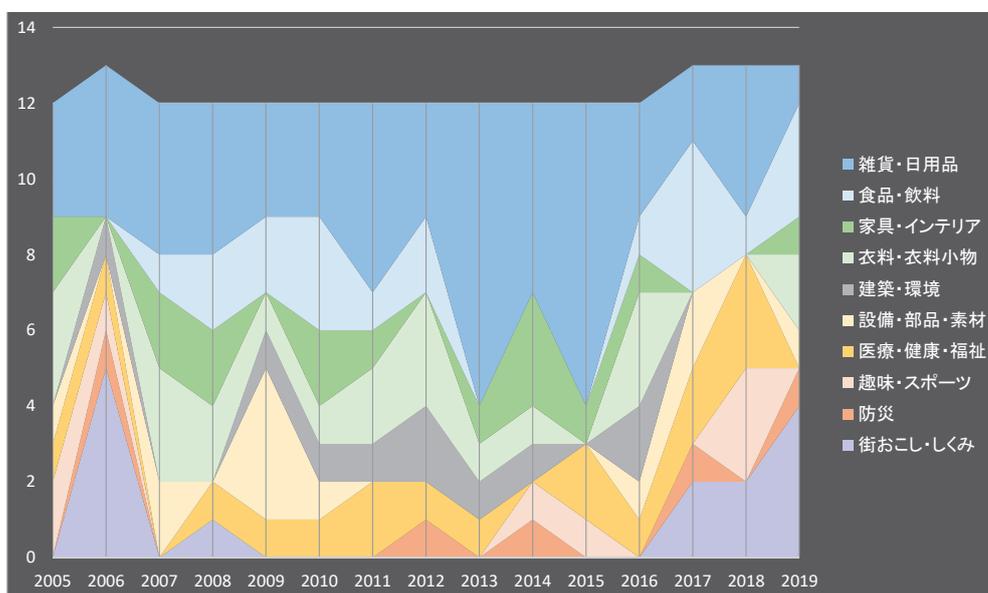


図3 「グッドデザインしずおか」 カテゴリーごとの受賞デザインの推移

#### 4. 地域の特徴を生かしたデザイン

##### 4.1. 受賞デザインの推移

表2に15年間の大賞受賞デザインの15点の商品名、カテゴリー、および画像を示す。街おこし・仕組み4点、雑貨・日用品3点、食品3点、衣料・衣料小物2点、設備・部品・素材1点、趣味・スポーツ1点、家具・インテリア1点が選出され、各カテゴリーに分散している。

表3に毎年12～13点が選ばれる、マネジメント賞やユニバーサルデザイン賞なども含めた受賞デザインのカテゴリー別の受賞数、図3に同データをグラフにして表す。15年間の受賞デザイン数は184点であり内訳は以下のようになる。

- 雑貨・日用品 : 60点 (32.6%)
- 食品・飲料 : 20点 (10.9%)
- 家具・インテリア : 16点 (8.7%)
- 衣料・衣料小物 : 22点 (12.0%)

- 建築・環境 : 10点 (5.4%)
- 設備・部品・素材 : 12点 (6.5%)
- 医療・健康・福祉 : 17点 (9.2%)
- 趣味・スポーツ : 8点 (4.3%)
- 防災 : 5点 (2.7%)
- 街おこし・仕組み : 14点 (7.6%)

各カテゴリーの受賞率は、概ね応募デザインの構成比率と一致するなか、医療・健康・福祉（応募5.8%、受賞9.2%）や街おこし・仕組み（応募3.4%、受賞7.6%）の受賞比率は高くなっている。この理由として、健康や街おこしと言った社会のニーズに答えたデザインが高く評価されていることが考えられる。一方、雑貨・日用品（応募40.1%、受賞32.6%）や家具・インテリア（応募12.2%、受賞8.7%）の受賞比率は低くなっており、多くの応募があるなかで、高い評価を受けるデザインの比率は相対的に低いことが考えられる。なお、このうち伝統工芸品は14件（7.6%）を占める。



図4 かんざし「花と四季」「金魚すくい」  
(出典) 三代目板金屋  
<https://www.bankin-ya.jp/info/568/>



図5 ねじブロック  
(出典) ねじブロック：  
<http://neji-block.com/nejiblock.html>

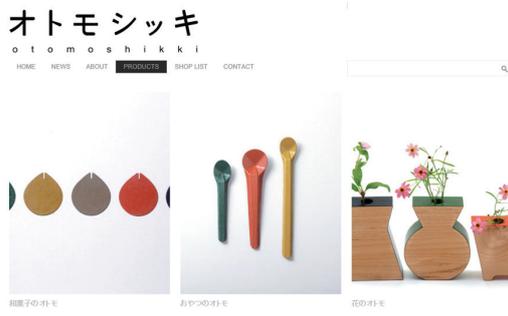


図6 オトモシッキ  
(出典) オトモシッキ：<http://otomoshikki.com/>



図7 駿河塗下駄 染絵  
(出典) 静岡県郷土工芸振興会：  
<http://www.shizuoka-kougei.jp/craft/suruga-nurigeta/>

#### 4.2.受賞デザインにみられる特徴

審査は、第3章に述べた審査基準により実施され、受賞デザインにはデザインとして完成度の高さに加えて、高い技術力が反映されたものや地域の特徴を生かしたものが多く見られる。以下に、ここ数年の受賞品のなかから、同様のコンセプトによる応募が近年増加の傾向にあり、静岡県の産業構造や地域課題の解決に向けた特徴を表していると考えられるものを示す。

##### (1) 自社ブランドの開発

近年、大手企業の生産拠点の海外移転に伴う業務の減少や、下請け立場における取引上の不利からの脱却を目指し、自社製品の開発を模索する中小企業が増加している。静岡県内には輸送機器メーカーや楽器メーカーの下請けを中心に多くの高い技術を持つ金属加工メーカーが存在する。これらの企業による自社開発製品や自社ブランド製品の取り組みにおいて、デザイナーとのコラボレーションにより開発したデザイン。

かんざし「花と四季」「金魚すくい」

2016年 金賞受賞

主に下請けとして精密板金加工を行って来た金属加工メーカーが、プロダクトブランド「三代目板金屋」を立ち上げ、高い加工後術を用いることで、繊細なデザイン

の装身具として仕上げたかんざし(図4)。

ねじブロック

2015年 マネジメント賞受賞

規格品から医療用までの幅広いネジの製造を行ってきたメーカーが、ネジを主役とした自社ブランドとして、普段ねじに親しみの少ない子供や高齢者をターゲットに開発した、ネジをつなぎ合わせることで様々な形を作ることのできる玩具(図5)。

##### (2) 伝統工芸とデザイン

静岡県の多くの伝統工芸品のルーツは、徳川幕府により駿府城や浅間神社を造営するために全国から多くの職人を集めたことが始まりとも言われる。しかし、その後、東海道の宿場町とともに栄えた伝統工芸品産業も、近年はライフスタイルの変化から縮小の傾向にあることから、デザインを取り入れることで現代の消費者に向けた製品として提案したデザイン。

オトモシッキ

2013年 大賞受賞

漆器製造販売会社と県内のデザイン事務所とのコラボレーションから生まれた漆器。それまで漆塗りの商品を手にとったことがない人や若年層にも受け入れられる、



図8 「茶ノ実油 / GOLD TEA OIL」  
 (出典) 「茶ノ実油 / GOLD TEA OIL」:  
<http://www.chanomi.jp/>



オイルサバディンは4種類  
 4 TYPES OF OIL SABADINES



図9 OILSABADINES®  
 (出典) OILSABADINES®:  
<https://oilsabadines.com/>



図10 UROCO  
 (出典) UROCO Design Lab:  
<http://uroco.org/wp/>



図11 しあわせ玉子ちゃん  
 (出典) スリーケアリハビリディサービス:  
<https://3-care.com/service/>

日々の生活の「おとも」をする漆器として開発。一枚の紙を折り、紙に漆を塗り込んだ、紙と漆のできているスプーン (図6：中央) など。

駿河塗下駄 染絵

2012年 文化賞受賞

国産桐の美しい木目を活かす塗りの手法「染め絵」を使うことで、ジーンズなどのファッションにもマッチする色やデザインとした塗下駄 (図7)。

(3) 地域資源を生かしたデザイン

静岡県は生産高が日本一となる茶をはじめ、温暖な海洋性気候の恩恵を受けた農林水産業が盛んな地域であり多くの加工品が提案されている。単にパッケージのデザインを変えるのではなく、生産者との連携により食材の特徴を生かした新商品の開発と一体となったデザイン。

茶ノ実油 GOLD TEA OIL

2018年 大賞受賞

茶畑に実る未利用資源である「茶の実」に含まれる高純度のオイルに着目し、椿油やオリーブオイルのように茶の種子を搾油した茶の実100%の食用オイル (図8)。

OILSABADINES® 【駿河燻鯖】

2017年 金賞受賞

沼津港で多くの水揚げ量を誇るサバを燻製加工した缶詰。流通・保存・使いやすさを追及し、「ただのサバ缶」でないことを表現するための新規性のあるパッケージデザイン (図9)。

UROCO

2014年 マネジメント賞受賞

天竜の森で育てられた杉の間伐材を伝統の技で加工し、自然の木目を活かしながら鮮やかにカラーリングすることで、現在の住空間に調和するようにした新しい木材の使い方を提案 (図10)。

(4) 地域の活動から生まれたデザイン

県内の高齢者施設、介護施設、および授産所などからユニバーサルな視点をもったデザインや多様な視点に基づいたデザイン。

しあわせ玉子ちゃん

2015年 ユニバーサルデザイン賞

「いつでも、どこでも、誰でも」をテーマに、握る・つまむだけでなく、8色の色を生かした 識別能力低下抑制も期待できる、県産材檜を使用した、認知症予防を目的としたリハビリ用具 (図11)。



図12 障がいアートブランド「ハチエイチ」

(出典) THINK LIFE+WORK : <https://kumumeishi.official.ec/about>



図13 おおさわ縁側カフェ

(出典) 縁側カフェ : [http://tsunagari-osawa.com/engawa\\_cafe](http://tsunagari-osawa.com/engawa_cafe)



図14 水窪町「発酵の町プロジェクト」

(出典) 2017グッドデザイン静岡選定結果 : [https://www.pref.shizuoka.jp/sangyou/sa-560/2017gds\\_senteikekka.html#GDS003](https://www.pref.shizuoka.jp/sangyou/sa-560/2017gds_senteikekka.html#GDS003)



図15 三島スカイウォーク

(出典) MISHIMA SKYWALK : <http://mishima-skywalk.jp/wp-content/uploads/2165c4d08f39bf0c58e337c378c6816c.jpg>

障がいアートブランド「ハチエイチ」

2018年 ユニバーサルデザイン賞受賞

障がいのある方の表現を「カタチ」にして伝える新たな福祉の仕組みとして、ものづくりを通して、地域、アーティスト、企業、および学校などとの多様なつながりを生み出す活動(図12)。

(5) 地域の活性化

日本の地方に共通する人口減少や高齢化が進む静岡県の課題解決に向け、地域の資源を生かすことで活性化を計るデザイン。

おおさわ縁側カフェ

2017年 グッドデザインしずおか賞

世帯数23戸という過疎化の進んだ村で、地元に住むおばあさん達のおもてなしという無形の素晴らしい財産に目をむけた、地域活性化プロジェクト。のぼり旗が上がった一般の住宅の縁側で、そのお宅が作ったお茶をいただきながら、大沢に住む「普通のおばあちゃん」との会話を楽しむことができる(図13)。

水窪町「発酵の町プロジェクト」

2017年 大賞受賞

高校生「発酵ガール」が行う、発酵による地域活性化プロジェクト。高校生のアイデアと行動力で、純米酒の開発・製造・販売や観光ツアーを開催し、過疎化・高齢化に悩む地域を盛り上げている(図14)。

三島スカイウォーク

2019年度 大賞受賞

2015年12月に誕生した日本最長の歩行者専用吊橋をきっかけとして、自然との調和を意識した観光施設として整備が続けられている。地元企業の地域に貢献したいの思いから、計画から運営までを100%民間資本で実現した、地域密着型の事業(図15)。

5. おわりに

本稿では、「グッドデザインしずおか」選定事業における、2005年の開始から2019年までの15年間の応募デザインと受賞デザインの推移を分析した。

応募デザインにおいて、雑貨や衣料品などにおける色や形の差別化を目的としたデザインの比率は相対的に下がる一方、県内の食材を使用した食品のパッケージや医療・健

康・福祉などに関わるデザインは増加しており、デザインの対象分野が拡大していることが示された。また、町おこしなど地域の活性化に向けた活動も、近年、デザイン活動として多く応募されるようになり、デザインの対象がモノからコトへと広がっていることが示された。

受賞デザインにおいて、近年、大手企業の下請けとして部品などを制作していた中小企業により、自社ブランドとして開発された製品の応募や、デザイナーとのコラボレーションにより、新しい造形や販路を模索する伝統工芸の動きが確認された。また、食品パッケージにおいて、グラフィックのリニューアルに留まらず、生産者との連携により食材の特徴を生かした新商品開発と一体となったデザインの増加が示された。

以上から、静岡県内において、近年、デザインは従来のハードを中心とした商品の差別化に加え、幅広い分野における課題解決の手段として活用されていることが確認できた。

東京、大阪の大都市圏の間に位置し、輸出型産業の多い工業構造に加え、農林水産業も盛んな静岡県におけるデザインのトレンドは、他の地方にも共通するものと考えられる。しかし、その一方、静岡県を含めた地方においては、大都市圏への人口流入が続いており地方創生に向けた一層の取り組みが求められている。地域資源を活用した産業振興や遊休資産の活用など、地方創生の新展開[注16]に向けた取り組みにおいて、デザインが果たせる役割は一層大きくなると考えられる。今後、他の地方における地域資源とデザインの関係についても調査を行い、比較することで、地域の活性化に向けたデザインのあり方について考察を進めたい。

## 参考文献

- 1) 地域づくりデザインプロジェクト、公益財団法人日本デザイン振興会、[https://www.jidp.or.jp/ja/partnership/local/area\\_development](https://www.jidp.or.jp/ja/partnership/local/area_development) (参照日 2019年11月1日)
- 2) デザイン政策ハンドブック2016、IV デザイン関係統計資料、経済産業省、[https://www.meti.go.jp/policy/mono\\_info\\_service/mono/human-design/file/2016handbook/04\\_toukei.pdf](https://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/mono/human-design/file/2016handbook/04_toukei.pdf) (参照日 2019年11月1日)
- 3) グッドデザイン賞受賞概要2018年度、GOOD DESIGN AWARD、<https://www.g-mark.org/activity/2018/outline.html> (参照日 2019年11月1日)
- 4) デザイン政策ハンドブック2018、デザイン関係統計資料、経済産業省、[https://www.meti.go.jp/policy/mono\\_info\\_service/mono/human-design/file/2018handbook/zentai.pdf](https://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/mono/human-design/file/2018handbook/zentai.pdf) (参照日 2019年11月1日)
- 5) 「2019グッドデザインしずおか」応募について、静岡県、[http://www.pref.shizuoka.jp/sangyou/sa-560/2019gds\\_oubo.html](http://www.pref.shizuoka.jp/sangyou/sa-560/2019gds_oubo.html) (参照日 2019年11月1日)
- 6) 山形エクセレントデザイン、山形県工業技術センター、<https://www.yamagatanodesign.jp/yxdesign>
- 7) 平成30(2018)年度栃木県優良デザイン商品(Tマーク商品)選定証交付式及びとちぎデザイン大賞表彰式の実施について、栃木県、<http://www.pref.tochigi.lg.jp/f02/houdou/h30-tmark-ceremony.html> (参照日 2019年11月1日)
- 8) グッドデザインぐんま、群馬県、[https://www.pref.gunma.jp/cate\\_list/ct00001588.html](https://www.pref.gunma.jp/cate_list/ct00001588.html) (参照日 2019年11月1日)
- 9) ニイガタIDSデザインコンペティション、公益財団法人にいがた産業創造機構、<https://www.nico.or.jp/ids/> (参照日 2019年11月1日)
- 10) Toyama Design Wave:とやまデザインウエーブ、<https://dw.toyamadesign.jp/> (参照日 2019年11月1日)
- 11) 三重グッドデザイン(工芸品等)の選定申請を募集します、三重県、<http://www.pref.mie.lg.jp/TOPICS/m0031100100.htm>

- (参照日 2019年11月1日)
- 12) ひろしまグッドデザイン賞、広島市、<https://www.itc.city.hiroshima.jp/gooddesign/> (参照日 2019年11月1日)
- 13) 静岡県の産業データブック、静岡県、<https://www.pref.shizuoka.jp/sangyou/sa-030e/documents/zentai1909.pdf> (参照日 2019年11月1日)
- 14) 黒田宏治「静岡県デザインセンターの活動展開」、静岡文化芸術大学研究紀要、2、p123-129、2001
- 15) 静岡県デザイン産業振興プラン、静岡県、<http://www.pref.shizuoka.jp/sangyou/sa-560/documents/shizuoka-design-plan-shiryohen-20160621.pdf> (参照日 2019年11月1日)
- 16) 地方創生をめぐる現状と課題、内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局、[http://www.soumu.go.jp/main\\_content/000573278.pdf](http://www.soumu.go.jp/main_content/000573278.pdf) (参照日 2019年11月1日)