

令和 5 年度東北地域のデザイン人材を繋ぐ
「ナレッジシェア・ポート（知識移転の場）創出」実証調査事業
報告書

令和 6 年 3 月

経済産業省 東北経済産業局

（委託事業者：株式会社金入）

目 次

1. はじめに	3
(1) 事業目的	3
(2) 事業内容及び実施方法	3
2. ナレッジシェア・ポート(知識移転の場)の実証調査	4
(1) 現地研究会の開催	4
① 現地研究会委員	4
② 開催概要	7
③ 実証結果	14
(2) 公開イベントの開催	16
① 開催概要	16
② 実証結果	20
3. 東北のインタウンデザイナーと地域の協業促進に向けたガイドブックの作成	24
4. ナレッジシェア・ポート(知識移転の場)の実証調査から見てきたもの	25

1. はじめに

(1) 事業目的

東北地域は、少子高齢化や若年層の首都圏等への流出により、全国に先駆けて人口減少が進んでおり、働き手や需要の減少、事業承継をはじめ多くの地域課題にいち早く向かい合っていると言える。

こうした人口減少を起因とした地域課題が多様化・複雑化する中、地方自治体単独による課題対応が困難になっており、地域の持続的な発展に向けては、地域課題解決や地域活性化に資する専門人材との協業が不可欠である。

このような中、その専門人材の一つとして、地域に根ざし、地域課題の解決や地域の文化創造、地域の企業経営に貢献するなど広義のデザイン活動を行う、デザインの専門性を有するデザイン人材の取組が注目されている。地域固有の資源を元に新たな価値を創出する、地域側が気付いていなかった魅力を発見し再編集して伝える、地域内外のステークホルダーを繋ぎ地域に関わる仲間を増やすなど、従来の印刷物や物のデザインにとどまらない活動は、地域を活性化させ、地域に新たな経済循環を生み出している。

しかしながら、我が国のデザイン人材の約 6 割は東京都及び大阪府に集中しており、地方で活動するデザイン人材に限られているというのが現状である。

この点に着目し、経済産業省では令和 4 年度事業において、デザイン人材と自治体や商工会、観光協会等の地域活性化に取り組む主体の協業促進に向け、「デザインがわかる、地域がかわる～インタウンデザイナー活用ガイド～」をまとめ、その中で、地域に密着した活動を行うデザイン人材を「インタウンデザイナー」と定義している。(※)

以上を踏まえ、東北各地で躍動するインタウンデザイナーの緩やかな横の繋がりをつくり、それぞれの取組のナレッジ（経験知）を共有するナレッジシェア・ポート（知識移転の場）を実証的に創出し、それぞれの活動やその活動を通じたナレッジをインタウンデザイナー同士そして地域内外と共有することで、東北各地のインタウンデザイナーと地域（企業、地方自治体、支援機関、高等教育機関など）との協業の促進を図るとともに、東北地域での活躍を目指すインタウンデザイナーの創出を図ることを目的する。

また、本事業を通じ、34 年ぶりに本年 10 月に日本で開催される世界デザイン会議東京 2023 の機運を東北から盛り上げていくことを目指す。

(※)「デザインがわかる、地域がかわる～インタウンデザイナー活用ガイド～」(令和 4 年度地域・企業共生型ビジネス導入・創業促進事業（地域課題とデザイン人材のマッチング促進事業）)

https://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/mono/human-design/guide_IntownDesigner.pdf

(2) 事業内容及び実施方法

本事業では、東北地域のインタウンデザイナーが集うナレッジシェア・ポート（知識移転の場）を実証的に創出し、具体的には「現地研究会（非公開）」及び「公開イベント」を実施し、インタウンデザイナー同士による意見交換を通じて考察をまとめ、「東北のインタウンデザイナーと地域の協業促進に向けたガイドブック」を作成し、事業目的の達成を図る。実施内容についての詳細は後述する。

2. ナレッジシェア・ポート(知識移転の場)の実証調査

(1) 現地研究会の開催

東北各地で躍動するインタウンデザイナーを委員とする非公開の研究会を開催し、それぞれが取り組むアクションや、地域との協業における障壁やポイントなどを共有し、どのような情報の共有が有意義であるかなど、共鳴する要素や新たな気づき、意識の変化を抽出し、考察する。

また研究会の開催に合わせて、地域の事業者等を研究会委員が訪問し、現地視察やインタウンデザイナーとの協業に関する意見交換を行い、地域との協業促進に向けたポイントなどを分析し、考察する。

① 現地研究会委員

現地研究会の委員については、地域に暮らしながらデザインに向き合う東北 6 県の以下 7 名のインタウンデザイナーを委員として選出した。

青森県八戸市

アソビス 代表 佐々木 遊 氏

<https://asobis.com>



青森県八戸市生まれ。家族全員デザイナーの家庭に生まれ、「デザイナーにはなりたくない」と悩みもがきながら辿り着いた青森でのデザイン。地元新聞社に入社後「東北のデザイン社」を社内分社しクリエイティブディレクターに。現在は個人で「アソビス」を立ち上げ、地域の面白そうなことがもっと面白くなるよう奮闘中。

岩手県遠野市

のはら 代表 阿部 拓也 氏

<http://nohala.com/>



秋田県生まれ。仙台の専門学校を卒業後、印刷会社を経て 2018 年に独立。2021 年、岩手県遠野市に移住後、本職とは関係ない自身の移住生活を描いた漫画を SNS で投稿したり、地元の郷土料理「しし踊り」の舞手になるなど、遠野のおもしろさどっぷり浸かっている。2023 年には岩手 ADC グランプリを受賞。

宮城県丸森町

合同会社 nekiwa 代表社員 横塚 明日美 氏

<https://nekiwa.com/>



宮城県丸森町生まれ。広告制作会社に勤務後、フリーのデザイナーを経て 2020 年に丸森町でデザイン事務所「合同会社 nekiwa」を設立。宮城県仙南地域を中心にデザイン制作からブランディング・企画など幅広く活動しながら、趣味では地域の写真を撮りため展示会や冊子などでもリリース。「あかるくかしこくたくましく」がモットー。

秋田県美郷町

澁谷デザイン事務所 澁谷 和之 氏

<http://blog.livedoor.jp/akitnamahage/>



秋田県美郷町生まれ。宮城大学事業構想学部デザイン情報学科（建築専攻）卒業後、東京の広告代理店での勤務を経て 2009 年に「澁谷デザイン事務所」として独立。近年は「国語・算数・理科・デザイン！」という「教育×デザイン」をテーマとしたプロジェクトの活動にも力を入れている。劇団やったり、郷土玩具作ったり、様々にデザイン活動中。

山形県新庄市

吉野敏充デザイン事務所 代表 吉野 敏充 氏

<http://toshimitsuyoshino.jp/>



山形県新庄市生まれ。東京デザイン専門学校卒業後、SOFT ON DEMAND、SODartwokrs を経て吉野敏充デザイン事務所を設立。マルシェ「kitokitoMarche」、地域広域情報誌「季刊にゃー」、山形県の工芸品支援「山から福がおりてくる」、新庄の食プロジェクト「新庄いいにゃ風土」など「デザイン事務所」の範疇を超えた取組みを数々行なっている。

福島県いわき市

高木デザイン事務所 高木 市之助 氏

<http://www.ichinosuket.com/>



福島県いわき市小名浜生まれ。仙台デザイン専門学校卒業後に上京し、デザインとは関係のない仕事を渡り歩く。2010 年に福島へ帰郷後は、かまぼこ製造会社にてかまぼこ職人に。その後 2016 年に意を決し、かまぼこ職人からデザイナーに転身・フリーランスに。「ハッピーな未来につながるデザインをすること」がモットー。

福島県南相馬市

marutt 株式会社 代表取締役 西山 里佳 氏

<https://marutt.com/>



福島県双葉郡富岡町生まれ。東京にて音楽やアパレル・出版関連のデザイン業務に従事後、福島へ帰郷。人々の豊かな生業を「表現する」ことをお手伝いするため、2020 年に marutt を法人化。2021 年には南相馬市小高区に、地域にひらかれたデザイン事務所として、事務所兼アールスペース「粒粒」を開所。

② 開催概要

研究会委員である阿部拓也氏が拠点を構える岩手県遠野市、佐々木遊氏が拠点を構える青森県八戸市、横塚明日美氏が拠点を構える宮城県丸森町の合計3地域を開催地とし、「東北のデザイン人材と地域の協業促進に関する研究会」を実施した。それぞれが取り組むアクションや、地域との協業における障壁やポイントなどを共有するとともに、地域の事業者等を訪問し、現地視察やインタウンデザイナーとの協業に関する意見交換を実施し、地域との協業における知見を深めることで、新事業へのヒントや新たな繋がりの創出を図った。

ア)「東北のデザイン人材と地域の協業促進に関する研究会」in 遠野

開催日時	2023 年 10 月 18 日（水）
開催エリア	岩手県遠野市
行程	現場訪問 i：こども本の森 遠野 現場訪問 ii：遠野のおもちゃ屋さん サンホビー 現場訪問 iii：内田書店 本店 現場訪問 iv：遠野美術クラブ（旧土淵中学校）
研究会参加者	・アソビス 佐々木 遊 氏 ・のはら 阿部 拓也 氏 ・澁谷デザイン事務所 澁谷 和之 氏 ・高木デザイン事務所 高木 市之助 氏 ・ライター 佐藤 春菜 氏（編集委員） ・遠野市産業部商工労働課 ・株式会社金入 岩井 翼 氏（事務局） ・株式会社金入 葛形 優美 氏（事務局） ・経済産業省デザイン政策室 ・東北経済産業局企画調査課

i. こども本の森 遠野 (<https://kodomohonnomori-tono.com/>)



ii. 遠野のおもちゃ屋さん サンホビー (https://www.facebook.com/sunhobbyuncle/?locale=ja_JP)



iii. 内田書店 本店 (<https://uchidashoten.com/>)



iv. 遠野美術クラブ (旧土淵中学校) (<https://www.instagram.com/tonobijyutsuclub/>)



イ)「東北のデザイン人材と地域の協業促進に関する研究会」 in 八戸

開催日時	2023 年 10 月 19 日 (木)
開催エリア	青森県八戸市
行程	現場訪問 i : 八食センター 現場訪問 ii : 伊吉書院 八戸西店 現場訪問 iii : 風笑堂 現場訪問 iv : 八戸クリニック街かどミュージアム 現場訪問 v : 八戸市美術館
研究会参加者	・ アソビス 佐々木 遊 氏 ・ のはら 阿部 拓也 氏 ・ 澁谷デザイン事務所 澁谷 和之 氏 ・ 高木デザイン事務所 高木 市之助 氏 ・ ライター 佐藤 春菜 氏 (編集委員) ・ 株式会社金入 岩井 翼 氏 (事務局) ・ 株式会社金入 葛形 優美 氏 (事務局) ・ 経済産業省デザイン政策室 ・ 東北経済産業局企画調査課

i . 八食センター (<https://www.849net.com/>)



ii. 伊吉書院 八戸西店 (<https://www.ikichi.co.jp/>)



iii. 風笑堂 (<https://kazewaraudio.net/>)



iv. 八戸クリニック街かどミュージアム (<http://machikadomuse.org/>)



v. 八戸市美術館 (<https://hachinohe-art-museum.jp/>)



ウ)「東北のデザイン人材と地域の協業促進に関する研究会」in 丸森

開催日時	2023 年 11 月 14 日（火）
開催エリア	宮城県角田市、丸森町
行程	現場訪問 i : オルタナティブスペース「空白実習室」 現場訪問 ii : 佐藤ファーム 現場訪問 iii : 不動尊公園キャンプ場（伊具緑化株式会社） 現場訪問 iv : 建築設計 きくち家 現場訪問 v : 丸森 CULASTA
研究会参加者	・ marutt 株式会社 西山 里佳 氏 ・ 合同会社 nekiwa 横塚 明日美 氏 ・ 澁谷デザイン事務所 澁谷 和之 氏 ・ ライター 佐藤 春菜 氏（編集委員） ・ 株式会社金入 岩井 巽 氏（事務局） ・ 経済産業省デザイン政策室 ・ 東北経済産業局企画調査課、知的財産室

i. オルタナティブスペース「空白実習室」 (https://www.facebook.com/alt.kuhaku/?locale=ja_JP)



ii. 佐藤ファーム (<https://www.facebook.com/satofarm.silk/>)



iii. 不動尊公園キャンプ場 (<https://www.fudousonpark.site/>)

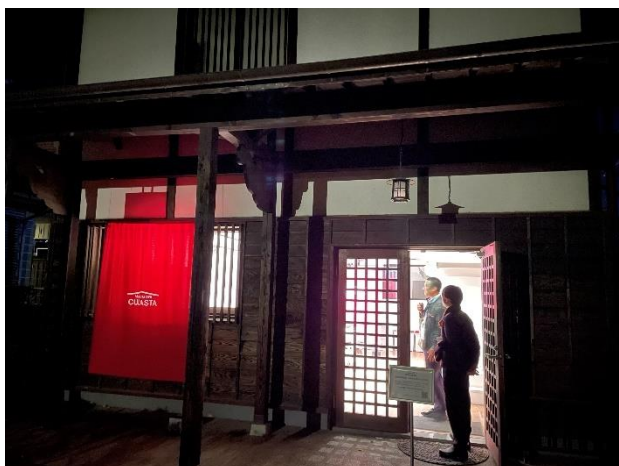
伊具緑化株式会社 (<https://www.iguryokka.jp/>)



iv. 建築設計 きくち家



v. 丸森 CULASTA (<https://marumori-startups.com/>)



③ 実証結果

本調査で実施した「東北のデザイン人材と地域の協業促進に関する研究会」では、阿部氏（遠野市）、佐々木氏（八戸市）、横塚氏（丸森町）のアクション（地域への思い、取組姿勢、取組内容など）のヒアリングに加え、地域の関係者（クライアントやパートナー等）を訪問し、ヒアリングを行うことで、インタウンデザイナーがその地域にとってどのような存在かなど地域との関係性を明らかにすることで、**インタウンデザイナーの生態、取組、地域との関係性などの解像度を上げることができた。**

これにより、下記研究会委員に対するアンケートのとおり、「地域との協業における秘訣」などの**経験知・暗黙知を共有できる質の高い学びの場、かつ、自分の地域でも挑戦してみようという新たな着想が生まれる触発の場**となったことから、ナレッジシェア・ポート（知識移転の場）の創出が、新たなイノベーション創発の可能性が高まるということを示唆する。

【「東北のデザイン人材と地域の協業促進に関する研究会」アンケート結果（一部抜粋）】

① 遠野開催：のはら 阿部 拓也 氏について

■現地訪問で感じた「地域との協業における秘訣」

- デザインを通して、「遠野になくてはならない人」というポジショニングを作り上げたことが素敵だと感じた。
- 阿部さんの印象は誠実。内田書店さんのロゴやサンホビーさんのタイポグラフィは、クライアントが大事にしてきたことを視覚化されていて、そこに地域との協働をする際の阿部さんの姿勢を感じた。デザイナーには、自己表現するタイプと、医者のように寄り添い黒子に徹することができるタイプの2つあると考えているが、その2つの両極を依頼毎にどの辺の塩梅が最適なのかを見極められる『勘』のようなものが、秘訣だと今の自分は考えている。
- グラフィックデザインのスキルが高いことで、「遠野しごと展」のようなポップな印象と、情報量の多い掲載内容をとても上手にデザインされているところがすごいと思った。腕のいい大工さんのように、何気なく心地いいものが作れる技術力も秘訣だと思っている。
- デザイン活動に限らずだが、誰と出会うか（偶然ではなく自らの意思を持って）というのは非常に大事であると感じた。また、自分が暮らしている地域のすぐそばにいる人・もっと言えば自分が暮らす（住まわせてもらう）まちをつくってきた人・そうした人のために、自分の力を使いたいと純粋に思えた強さがあると感じた。
- 阿部さんの人柄、地域の役に立ちたいという思いと、地域の人の地域を良くしたいという思いが出会うことで相乗効果を生み、新しいアイデア・事業が生まれていると感じた。
- すべては阿部さんの人柄に尽きるのかなと思った。遠野の文化や風土に魅力を感じ、横柄さをまったく感じない雰囲気、また相手の立場に立って相談に乗る共感力が大きい要因と思った。また、顧客の想いをデザインに憑依させるスキルも持ち合わせているのではないかと感じた。
- デザインワークだけでなく、荷物運びやビラ配り、田植えまで手伝うようなデザイン百姓マインド（百姓…多様な生業をもつという意味で）。

② 八戸開催：アソビス 佐々木 遊 氏について

■現地訪問で感じた「地域との協業における秘訣」

- 佐々木さんは若い頃、デザイナーになりたくなくてカナダにまで行きながら、結果戻ってきてデザインの仕事をされているところや、父親と同じ仕事をしなかったのに、父親と同じアートグループ（イカノフ）で活動されているところに、誠実さを感じた。
- イカノフで出会った二子さんをはじめとする大先輩方と、ずっと共に活動されてきて、その繋がりが佐々木さんの仕事と人生の軸になっている。今の時代、「フリーで成功するためのメソッド」的なコンテンツがたくさんあるが、結局自分にしか作れない人脈を大切に、メソッドとは関係のない自分らしい人生を送ることが大事なんだろうなと感じた。
- 物腰柔らかですが、イカノフや東北のデザイン社（特にエコノミックマンデー）での経験で体力・忍耐力・耐久力みたいなものがベースにかなり鍛えられている印象を受けた。
- クライアントの高い熱量に長く伴走できる力と、目の前の人・この人に喜んでもらいたいという純粋な原動力があることの強さを感じた。
- 柔軟で何にでも興味関心を持つ姿勢。何でもやるから人脈が広がり、情報収集に強くなる。頼まれていないことも、やりたいことは前のめりにやる。
- まちの地力みたいなものと、編集力・プロデュース力のあるクライアントの存在も大きいと感じた。そこにどう出会い、どう伴走していくのかもデザインの力なのかもしれない。

③ 丸森開催：合同会社 nekiwa 横塚 明日美 氏について

■現地訪問で感じた「地域との協業における秘訣」

- 「おせっかい」…依頼された以上に、こうなったらもっと良くなるというおせっかいができる信頼関係と、クライアントだけでなく、デザイナーの個性もお互いに認め合っていることが、良いものができる秘訣だと思った。その関係をつくることは、やはり仕事以外でのコミュニケーションの回数や密度だと思った。
- 「おせっかい」であること。また、ボランティアセンターでの活動を経て、実体験をもって本当に必要なのか、伝える順番は適切なのかを強く意識していること。
- 商品パッケージのお話の中で、仮説ではなく、一度クライアントに商品を売ってみての感想をフィードバックしてもらってから作り込んでいくというプロセスは、健全だけど意外と他では成されていないことなのかなと感じた。
- 地域内のクリエイティブ職関連の人と自然と繋がりを形成すること。前向きな視点を持つ地域住民との繋がり。おせっかいの精神。
- 実績の有無だけで判断しないクライアント側の理解と、ともに成長する精神。
- インタウンデザイナーの横の繋がりを高め、仕事の幅を拡げ、質を高めることが、おもしろい地域の形成に必要なことだと改めて感じた。

（２）公開イベントの開催

現地研究会の委員を登壇者とした公開イベントを開催し、東北各地のインタウンデザイナーそれぞれが取り組むアクションや、地域（企業、自治体、支援機関、高等教育機関等）との協業における障壁やポイントなどを共有し、どのような情報の共有が有意義であるかなど、公開の場で議論し、参加者も含めて共鳴する要素を検証するとともに、新たな気づきや意識の変化について分析し、考察する。

① 開催概要

東北で泥臭くデザインに向き合う 6 県のインタウンデザイナー 7 名が一堂に会し、東北のデザインを見つめ合う場『東北デ、』トークショーを開催した。「東北で、デザインすること」をテーマに、各インタウンデザイナーの取組紹介やパネルディスカッションを通して、「鈍臭いけど、あったかい。適度にアホで、程々マジメな、東北のデザイン」について、語り合い、参加者を含め、お互いの取組におけるナレッジの共有を図った。

イベント名	『東北デ、～東北で、デザインすること～』
開催日時	2024 年 2 月 25 日（日）13:00-17:20
会場	仙台フォーラス 7 階「even」
参加者数	120 名
プログラム	【情報提供】「地域におけるデザイン活用の促進」 ・ 経済産業省デザイン政策室 【第 1 部】 ・ 吉野敏充デザイン事務所 代表 吉野 敏充 氏（山形県新庄市） ・ 合同会社 nekiwa 代表社員 横塚 明日美 氏（宮城県丸森町） ・ 高木デザイン事務所 高木 市之助 氏（福島県いわき市） 【第 2 部】 ・ アソビス 代表 佐々木 遊 氏（青森県八戸市） ・ のはら 代表 阿部 拓也 氏（岩手県遠野市） ・ marutt 株式会社 代表取締役 西山 里佳 氏（福島県南相馬市） <進行> ・ 澁谷デザイン事務所 澁谷 和之 氏（秋田県美郷町） ・ 株式会社金入 岩井 巽 氏（事務局）

東北、

東北で、
デザインする
ということ。

**参加
無料**

2024.2.25.『東北デ、』トークショー

主催：経済産業省東北経済産業局
 企画：東北スタンダードマーケット（株式会社 輸入）× 漢字デザイン事務所

山形一吉野敏充
Yamaoka Kazuyoshi

西山亜生
Nishiyama Aoi

東北

めぐちや
デザイン
とら
じゃ
って

堀部一正長平之助
Horie Kazunori

秋田 土橋 圭
Akiuchi Tetsuhiro

秋田 湯谷 和之
Yutani Kazunori

デザイン百姓
Design Hyakusei

逃げて
青森一佐々木 遊
Aomori Issakimori

デザインーに
なることから

宮城一横塚明日美
Miyagi Yokozuka Asuka

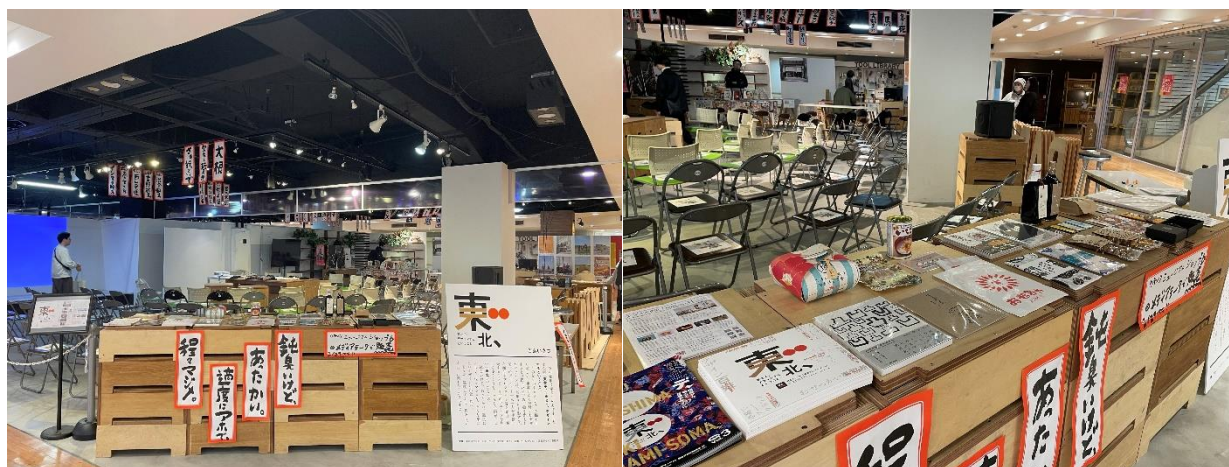
終わりを
前向きに

おせっかい事務所
Osekai Seisakusho

17

○当日の様子

・会場全体



・トークショーの様子



・登壇者 集合写真



・各登壇者の展示（全体）



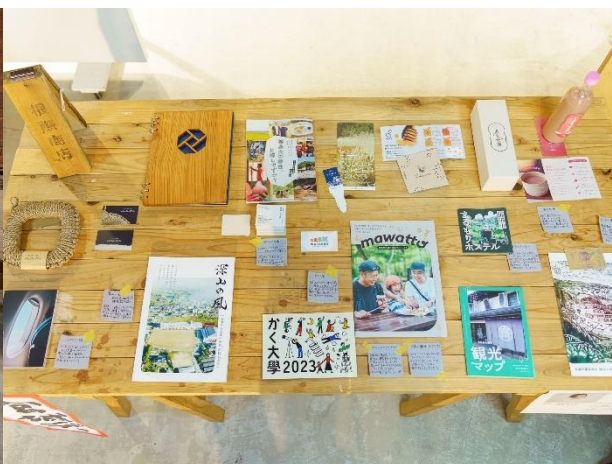
・佐々木 遊 氏（青森）



・阿部 拓也 氏（岩手）



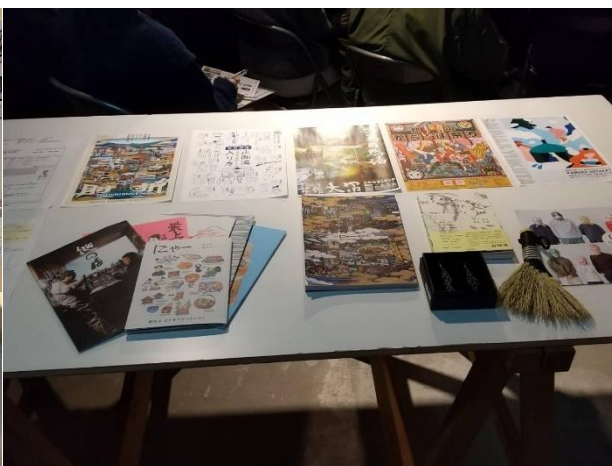
・横塚 明日美 氏（宮城）



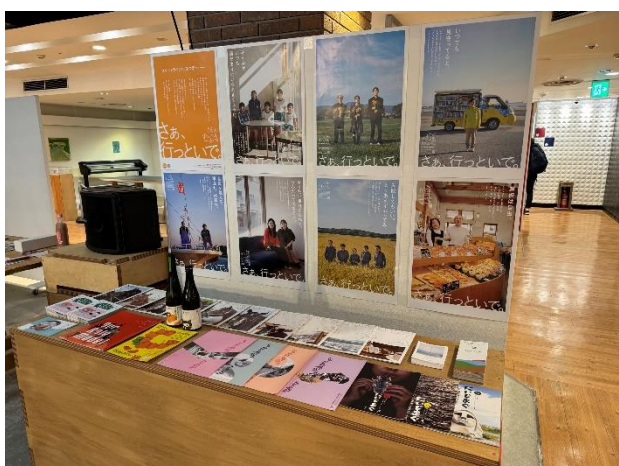
・澁谷 和之 氏（秋田）



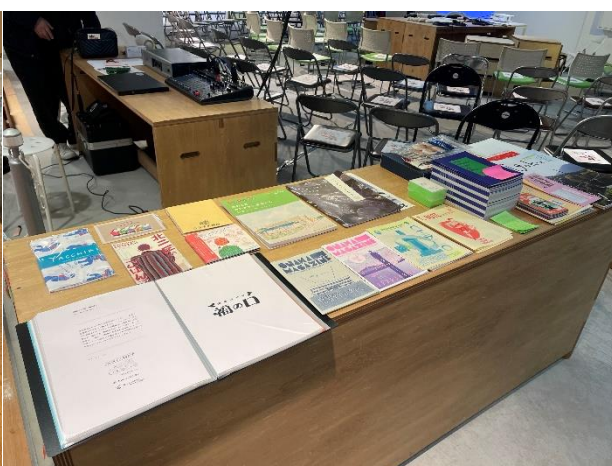
・吉野 敏充 氏（山形）



・西山 里佳 氏（福島）



・高木 市之助 氏（福島）



② 実証結果

本調査で実施した公開イベント『東北デ、』トークショーは、東北各地のインタウンデザイナーが「地域を越えて、経験値をフラットに共有し、学び合い・触発する場」として開催した。

トークショーの中では、7名のインタウンデザイナーの地域における活動に取り組む姿勢やあり方の共通点として、以下のキーワードが挙げられた。

『自分の地域が好き』 = 好きだからこそ、こうした方がいいという気持ちが出てくる
『お節介で、貪欲』 = 頼まれていないのに、勝手にやっちゃう
『人間好き、お人好し』 = 目の前の人を喜ばせたいという気持ち
『感覚に素直』 = 素直な気持ちをさらけ出し、真摯に向き合う
『本当にそれでいいの?』 = 本質的に必要なことを相手に言える
『好きのレベルがとんでもない!』 = 相手よりも相手のことを考える・好きになる
『しゃーねーか』 = 雪に閉ざされたり、震災を経験したり、ポジティブに諦める力・強さがある

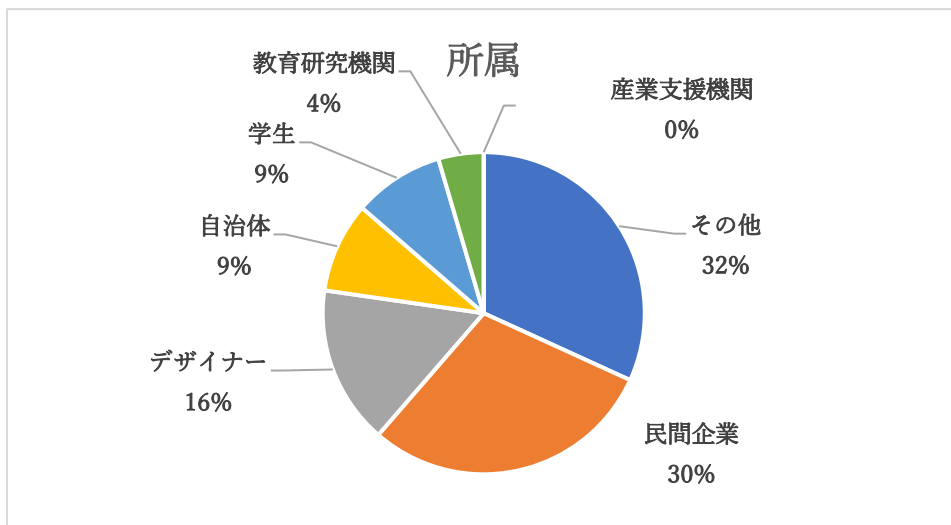
また、参加者アンケートでは、地域のデザイナーに「関心がある」が98%を占めており、「地域のデザイナー」への関心度の高さがうかがえる。また、「地域のデザイナーと解決したい地域の課題」や「地域のデザイナーに期待すること」に関する声として、まちづくり、教育、観光、広報、商工振興、農林水産振興、健康福祉など分野が多岐にわたっており、地域解決の手段としての「デザインの力」への期待値が高いことがわかった。

以上のことから、『東北デ、』トークショーを通して、登壇した各地のインタウンデザイナー、参加者が学びや気づきを得るとともに、地域におけるデザイン活動への思いや熱量がお互いを触発する機会となり、新たなグッドプラクティスを生み出す可能性を広げることに繋がったと言える。

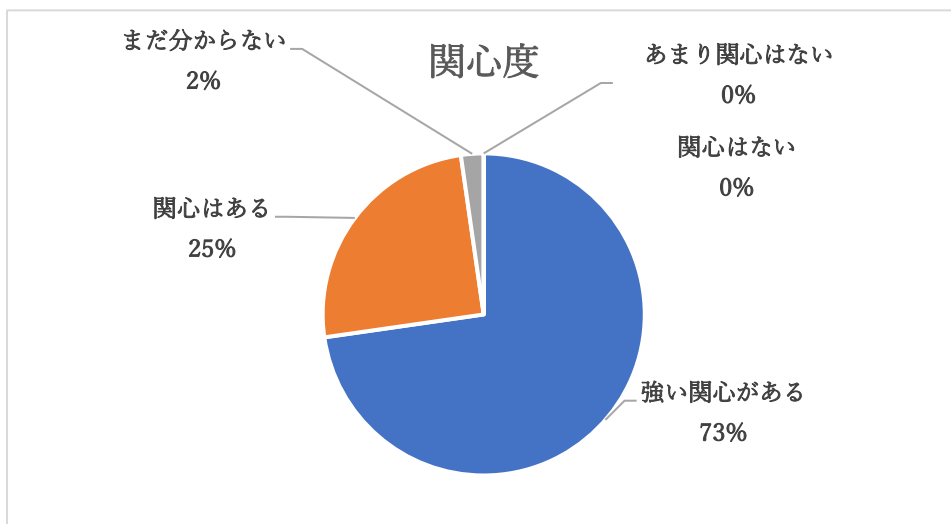
一方で、アンケートの「地域のデザイナーとの共創にあたっての課題」の回答では、「デザイナーという仕事に対してのイメージが変わった」、「デザイナーとマッチングするような機会があまりない」、「行政、企業、地域住民などのデザインへの理解が不足している」などの声が上がっていることから、地域のデザイナーと行政、企業、地域住民等の共創を促進するためには、地域のデザイナーと行政、企業、地域住民等の相互理解の促進及び行政、企業、地域住民等におけるデザインリテラシー向上に取り組むことが不可欠である。そのため、今後もインタウンデザイナーと多様な地域の担い手とのナレッジシェア・ポート（知識移転の場）の継続的な創出が重要と考える。

【『東北デ、』トークショー参加者アンケート（n=44）（一部抜粋）】

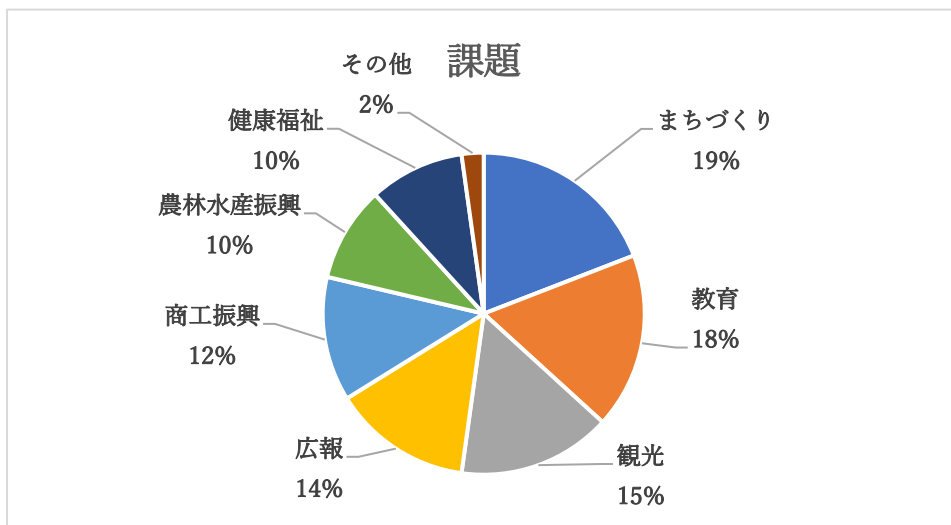
■参加者の属性



■「地域のデザイナー」への関心度



■地域のデザイナーと解決したい地域の課題



■地域のデザイナーに期待することや地域のデザイナーとの共創に当たっての課題

◎地域のデザイナーに期待すること

- 地方で活動しているデザイナーには、その地域で暮らしているからこそできるデザインや活動を期待する。
- 地域の歴史や伝統をよく理解した上で、新しい視点からそれを踏まえた発信を続けてほしい。
- 地方情報誌の立て直しとかも依頼できたらと思う。
- 地域のデザイナーに期待することは、地域の中小企業×地域のデザイナーの連携。(商業デザイン、デザイン経営等)
- デザインへの理解がまだまだ足りない地域企業に対し、デザインの理解を高める取組を数々のデザイナーと共に行なっていきたい。
- 困っている第一次産業者がいたら、地域のデザイナーから声がけし、課題解決をしてほしい。
- 今後デザイナーが、より地域と共創することで、観光客やインパウンドの増加につながることを期待する。
- 市町村 PR、観光のデザインに関わって欲しい(いま PR に使用されているデザインはイマイチだと思っているので)。

◎地域のデザイナーとの共創にあたっての課題

- デザインを受け止める市民・地域住民のボトムアップが必要だと感じたが、皆さん丁寧にクライアントや、届けたい対象と対話を重ね、お仕事されている様子が嬉しかった。
- おそらく地方ではデザイナーの数が少なく、一人一人のデザイナーにたくさんの仕事が集中するように感じる。ネットワークが広がるといいなと思った。
- デザイナーとマッチングするような機会があまりない。マッチングにあたって、こちらからの働きかけにハードルがある。
- 自治体の課題について、デザイナーの本質的な役割をわかってもらうのが、とても難しいと感じている。「デザイナーってこんなことできるひと、一緒に考えるひと」というのがもっと社会全体に浸透すればと思う。ぜひまた『東北デ、』開催して欲しい。
- 共創にあたっては経営者など決定権のある人たちがどれだけデザイナーに対しての理解してくれるのが課題だと思う。
- 自治体では業者を選定する方法に決まりがあり、特定の方の指名ができない場合がある。
- デザイン費の捻出の問題、デザインのクオリティーの担保の問題、デザイナーを選ぶ自由度。
- デザインは課題の情報整理と解決策の提案・実装だと考えており、まちづくりにデザイナーの方が参画されることが求められていると感じる。共創にあたっては、地方では調査費に予算をかけないケースがほとんどであり、金銭面の捻出が課題になると考えている。
- 共創に当たっては、行政やクライアントのデザインリテラシーが課題。デザインへの無関心・権利関係への無頓着さなどが共創のハードルを上げている上、問題提起や権利行使のために動く、逆に地域の厄介者となる危険性が高い。

■その他、ご感想等

- デザイナーの皆さんが放つ地域への愛と熱量の大きさに感動した。デザイナー本人の話を聞く機会がないので、新しい世界が広がった感じ。
- デザインという仕事の多様性がよく分かり大変興味深かった。
- 登壇された方々の取組がとても興味深く、それぞれ各地域にマッチした取組になっていると感じた。本当に勉強になり、いろいろと考えるきっかけとなる時間だった。
- 高校生世代にもわかりやすい内容でとても面白かった。
- 出来る限り、この取組を続けてほしい。
- 今回のイベントに参加したことでデザイナーという仕事に対してのイメージが変わった。
- 雇われデザイナーだと時間内でどうにかしないと、と追われてばかりなので、今回のゲストのみなさんのお話は大変刺激を頂いた。
- 地域に住んでいる人が楽しむことを考える前に、外から人やお金を呼ぶことに力を入れてしまわないように考えていきたいと思った。
- 東北地方にも多様なデザイナーの方がいることを知ることができて大変参考になった。

2. (1) 現地研究会及び2. (2) 公開イベントの実施を通じたナレッジシェアの内容を踏まえ、東北各地のインタウンデザイナーへの関心を高め、東北のインタウンデザイナーと地域（企業、自治体、支援機関、高等教育機関等）との協業促進を目的としたガイドブック「東北デ、～東北で、デザインすること～」を別冊として作成した。

[illegible]

4. ナレッジシェア・ポート(知識移転の場)の実証調査から見てきたもの

既述のとおり、本実証調査では、ナレッジシェア・ポート(知識移転の場)として、『東北のデザイン人材と地域の協業促進に関する研究会』及び『東北デ、～東北で、デザインするということ～』を実証的に創り出し、そこで共有された知見を東北のインタウンデザイナーと地域の協業促進に向けたガイドブックとしてまとめ、本事業を通して、東北各地で活躍するインタウンデザイナーの掘り起こし、繋がりづくり、ナレッジ(知識)の共有に取り組んできたことで、以下の示唆を得ることができた。

各地の「インタウンデザイナー」と「自治体、商工会議所等の支援機関、地域商社、DMO、中小企業等の地域活性化に取り組む主体(以下、自治体等)」との共創を促すためには、インタウンデザイナーの生態、取組、地域との関係性などに対する解像度を高め、相互理解を深めるとともに、自治体等におけるデザインリテラシーの向上を図る必要があることがわかった。令和6年度以降は、共創環境を整備するため、インタウンデザイナー及び自治体等の地域活性化に取り組む主体による知見共有・触発の機会を東北各地で継続的に創出していくことが重要である。

そうすることで、東北地域のインタウンデザイナーと自治体等におけるローカルグッド・ソーシャルグッドな共創の取組を促進するとともに、ロールモデルとして、東北地域以外への横展開を図ることで、地域の包摂的成長の実現を目指す。

令和5年度東北地域のデザイン人材を繋ぐ
「ナレッジシェア・ポート（知識移転の場）創出」実証調査事業
報告書

令和6年3月
経済産業省 東北経済産業局

（委託事業者：株式会社金入）