

# 資 料



Dec 20  
提出

Bappenas

TERMS OF REFERENCE  
INDONESIA  
DESIGN PROMOTION

Prepared by  
MINISTRY OF CO-OPERATIVES AND SMALL ENTERPRISES  
DIRECTORATE GENERAL OF SMALL ENTERPRISES DEVELOPMENT



## 1. BACKGROUND

### 1. History of Development of the National Design Center

The advance preparations in respect of Indonesia's participation with the 1970 EXPO, Osaka, Japan have basically initiated the establishment and growth of the National Design Center. The first step then taken by BAPPENAS (National Development Planning Board) was to form a Design Team. The task designated to this Team was to plan exhibitions either of a statistic nature or which represent dynamic shows. Sensing that the effects produced by such a task will be of national importance, the Team assumed the responsibility of planning events which represent a true interpretation of Indonesia's abundant natural resources and heritage. For this reason they believed that it was important for Indonesia to have a Design Center which is capable of dealing with design strategies in an integrated fashion.

Meanwhile, concepts in approaching preparations of the EXPO 70 have further developed and upon the initiative of the Department of Trade who worked together with the Department of Industries and UNINDO, the first design seminar was held in Indonesia and was attended by government authorities, professionals/designers, lawyers, the business community as well as observers interested in this field. The seminar produced a recommendation for the government which deals with design development strategies.

Hence, in 1985 the Junior Minister for UPDN together with the Research Center of Bandung Institute of Technology, initiated a study on the establishment of a design center in Indonesia. From the study, 84% of the respondents which consists of medium and small scale entrepreneurs, wanted to see the establishment of a design center which will be capable of improving the quality of their products.

10 Years later, in 1995, based on the previously mentioned concepts, and to accommodate the aspiration of the designer communities, design experts of universities, designers associations and the business community, the Minister for Cooperatives and Small Enterprise Development then took the initiative of establishing the National Design Center.

The first step following this decision was to form a Work Team by Decree of the Minister of Cooperatives and Small Enterprise Development, No. 288/Kep/M/11/1995 dated February 10, 1995. The team was then assigned the task of preparing such matters necessary related to the establishment of a National Design Center. With a further Decree of the Minister of Cooperatives and Small Enterprises Development, No. 824/Kep/M/IX/1995 dated September 11, 1995, the National Design Council was formed which memberships comprise related agencies, design experts, professional designers of design associations, businessmen and design institutions.

With respect to the realization aspect of the program, the National Design Council appointed an Executive Director under a written authorization No. 01/DDN/III/1996 dated March 19, 1996. The Executive Director was entrusted with the task of overseeing the day-to-day operations.

Within a period of 2 years the National Design Center has accomplished various activities in effect of development of designs. These among others, include a product design contest, a seminar and workshop in collaboration with the Japan Design Foundation, and a training program on upgrading potential designs for small scale business operators, and so forth. The product design contest in particular, became an annual event, in which contestants competed for the Nirmana Trophy award.

The objective set for the National Design Center is to improve the quality of designs of Indonesian manufactured products, so that the products meet competitive standards that enable producers to expand

their marketing scope both to overseas as well as domestic markets. Small and Medium Enterprises are the target of the program.

## 2. Problems related to design development

Those constraints met in the above efforts concern the persisting unsubstantial government policies which should be aimed at generating a good sense of design both for its apparatus as well as the society in general. As a result, with a view of realizing the various activities, the government could start from the "demand in-design" aspect and use it as reference in developing products, particularly for non-oil products. The lack of a "good sense for design" among the society as well as the business communities, represent a major constraint for the National Design Center in its campaign of "Good "Good designs".

Apart from the above, this year's decline in foreign investments in Indonesia, in terms of capital, although the number of business lines tend to increase, particularly in the small scale industrial sector, indicates that the sector of small scale industries is thus facing a serious threat, and such represents a challenge for Indonesia.

In facing the challenge, the role of small scale industries as an economy motivator must be improved. A basic foundation to such effect is to make corrections in the design of several specific products.

In facing the globalization era, it is essential for Indonesia to be aware of the fact that design plays a significant role in supporting manufacturers to create their "own-brand". Design represents a strategic factor in product development, particularly if it concerns non-oil export products which are significant to the economy development.

## 3. Design institutions

Although design development in Indonesia is still new, several institutions and organisations have already proceeded with this

particular segment according to the existing condition of their respective establishment.

Such represents a favourable resource in strengthening the presence of the National Design Center especially in formulating general measures in respect of developing national design capabilities, so that all available resources can be maximally mobilized in the interest of the national economy development.

Those institutions are as follows :

- Dekranas : National Handicraft Council
- YPDKI : Foundation for the Development of Indonesian Handicraft Design
- ADPI : Association of Indonesian Product Design
- ADGI : Indonesian Graphic Design Association
- APPMI : Association of Indonesian Fashion Designee and Entrepreneurs
- HDII : Society of Indonesian Interior Designers
- Higher Education: FSRD-ITB, ISI-Yogyakarta, FSRD-Tarumanegara , FSRD-Trisakti, Udayana University, Bali, etc.
- Indonesian Batik Foundation
- Multivarious Industrial Design Promotion and Development Center, Department of Industries and Trade

#### 4. Condition of Small Scale Entrepreneurs

In the structure of the national business world, small scale entrepreneurs group forms the majority, namely 99% of the number of national entrepreneurs, totaling 34,2 million. From that figure 97,6% small scale entrepreneurs, who generate a total sales volume below Rp. 50 million and the balance, i.e. 2,3% represent small scale entrepreneurs with total sales volume between Rp. 50 million to Rp. 500 million per annum. On the other hand their share in the PDB only reached 35,5%. A weak management, especially in anticipating market demand, represents their main constrain.

The importance of design as yet is still not fully sensed by the industrial society, especially the small scale industries. Likewise their capability to develop designs on their own is still very low. If it comes to design, small scale entrepreneurs are generally inclined to take orders from their consumers or resort to duplication or imitation. This makes their bargaining position indeed very weak.

With regard to design guidance, the National Design Center identified the total number of those small scale entrepreneurs whose products are much related to design to 11 million, each for the following sectors : industrial, trade, services, transportation and construction. Whereas those who are directly related to design number 3,36 million of the above figure, namely for the industrial and construction sectors respectively.

#### 5. Economic growth

Throughout the past years Indonesia's economic growth proceeded at a relatively high rate, namely at an average rate of 7% per annum. The ADB (Asian Development Bank) even predicted a higher economy growth for 1996, namely 7,8%. Viewed from the PDB aspect, this figure represents a rapid pace. Compared to the 1965, Indonesia's PDB only amounts to US\$ 4 billion, however 25 years later the PDB increased to US\$102 billion and is the biggest in South East Asia.

Thailand has only reached US\$ 80,1 billion; the Philippines US\$ 43,8; Malaysia US\$ 42,8 billion and Singapore US\$ 34,6 billion.

This achievement has been credited to the economy motivators which comprise of state owned companies, cooperative and small scale entrepreneurs and national private companies. Particularly on the role of small scale businesses, a research indicated that their donation to the PDB amounts to 38,85%.

This role will definitely increase if the correct guidance can be provided particularly in the design field because design has a wide impact on the living process. A touch of design provides a relatively high added value to a product, and produces a competitive product.



## 6. Impact on Globalization

Global economy is in fact a pattern of the world economy where the economy system forms a uniform entity. Borders between states are ignored and carry the spirit of trade liberalization by letting the market mechanism develop entirely on its own.

Such condition means that products that have been produced must possess a standard of quality which meets the market demand. The market complexity as well as rapid changes motivates the importance of the role of design in the production process. Design is a process in production planning which puts into consideration various aspects, starting from market taste, production process, raw materials, technology, costs, function, manpower to comfort and esthetics. These elements are meant to increase the competitive edge of a product in the global market.

## II. PURPOSE OF THE STUDY

By duly considering the problems that are faced, in particular the global market as well as efforts to optimise the existing resources, the study on design development in Indonesia is directed towards formulating the national policies and strategies on design and the Master Plan of developing design in Indonesia.

## III. STUDY SITES

The study will take place all over Indonesia. Such makes it necessary considering Indonesia's huge population (200 million) and its distinct ethnics and cultures (300 ethnic groups) each possessing their own unique arts and traditions including design creativity. This condition forms a strong basis for the development of design which has its roots with the local cultures.

#### IV. SCOPE OF THE STUDY

In accordance with the purpose of the study as well as design concept which covers all aspects of life therefore, the scope of the research shall cover various fields, namely : development of small scale business, tourism industry, science and technology, agriculture, trade and industry, design education, regulations related to design and the development of the National Design Center.

#### V. STUDY AGENDA

The design development study will commence in 1997/98 and is to be continued with project-type programs which will start in 98/99 to 99/2000. Furthermore in 2000/2001 through 2003/2004 the results of the research may already be put to use in the framework of the forthcoming AFTA implementation. At the end of the research, the final report shall be compiled by JICA and its Indonesian counterpart.

#### VI. OTHERS

1. The responsible Institution and implementation of the study.

In order to realize the design development study, the Indonesian government looks forward to the assistance of the Japanese government. The responsible institutions will be the Department of Cooperatives and Small Enterprises Development, whereas the executing institution will be the Directorate general of Small Enterprise Development.

In relation with the National Design Center, the Department of Cooperatives and PPK of Directorate General of PPK shall form a Steering Team consisting of the National Design Council, National Design Center and related agencies who are designated to provide guidance.

Besides a Steering Committee a counterpart team shall be formed and this comprise the ~~Executive Board~~ of the National Design Center and Designers Association who will function as the counterpart of the JICA Study Team.

## 2. Budget

In the frame work of realizing the design development study the Indonesian government shall make supporting funds available, which are sourced from the State Budget, amounting to US \$ 50,000.-

MINUTES OF MEETING  
ON  
THE PROJECT FORMULATION STUDY  
FOR  
THE DESIGN PROMOTION  
IN  
THE REPUBLIC OF INDONESIA

JAKARTA, SEPTEMBER 1, 1997



ANWAR SUPRIJADI  
DIRECTOR GENERAL OF  
SMALL ENTERPRISES PROMOTION,  
MINISTRY OF COOPERATIVES  
AND SMALL ENTERPRISES  
IN THE REPUBLIC OF INDONESIA

辻 義 信

YOSHINOBU, TSUJI  
LEADER,  
PROJECT FORMULATION  
STUDY TEAM,  
JAPAN INTERNATIONAL  
COOPERATION AGENCY (JICA)

LA

The project formulation study team (the Team) organized by the Japan International Cooperation Agency (JICA) and headed by Mr. Yoshinobu TSUJI visited the Republic of Indonesia from August 25 to September 3 for the purpose of discussing the scope and the contents of the proposed Study for the design promotion in Indonesia (the Study) and collecting relevant information concerning the Study.

During the Team's stay in Indonesia, a series of meetings was held between the Team and the Indonesian authorities concerned (The list of the attendants is shown in the Appendix 1.) .

The Japanese side understood that the early commencement of the Study is very important for fostering the Indonesian economy and confirmed that the Indonesian side is ready to accept the consultant team for the implementation of the Study. Accordingly, the Team promised to make the most effort to proceed with the Study after going back to Japan.

As a result of discussions, both sides agreed on following points as considerations for further step of the Study.

#### 1. Basic nature and framework of the Study

The Japanese side explained the framework of the Study based on the attached chart (Appendix 2 and 3) and the Indonesian side basically understood it.

Both sides confirmed that the Master Plan formulated in the Study should be of comprehensive nature consisted of proposal on the appropriate policy for design promotion in Indonesia and management plan of Design Center etc..

In this context, it was confirmed that the case studies which are also a component of the Master Plan should be conducted paying enough attention to the applicability to the other industrial sub-sectors.

In addition, both sides agreed that the Master Plan should be formulated aiming at (1) strengthening the international competitiveness of Indonesian industrial products, (2) promoting

supporting industry in Indonesia and (3) developing human resources related to design which would support enhancing the national productivity of the country.

## 2. Subject industrial sub-sectors of the Study

Concerning the subject industrial sub-sector for the Study, both side agreed that (1) event, signs design, (2) textile design, (3) fashion design and (4) jewelry design should be excluded from the attached chart. Accordingly, the subject industrial sub-sector for the Study shall be limited to five, and those are (1) interior design, (2) package design, (3) industrial design (home electric appliances), (4) industrial design (parts of machinery) and (5) craft design (The chart on the concept of the Study has been revised as shown in the Appendix 4.) .

In addition, the Japanese side requested the Indonesian side to submit the list of the companies and production statistics of the subject sub-sectors which would be the basis for identifying subject companies for the questionnaire and/or interview survey in the implementation of the Study.

## 3. Model sub-sectors for the case studies

Concerning the case studies as a major component of the Master Plan, the Japanese side proposed that three industrial sub-sector should be selected as the subject. It also suggested that two out of three sub-sectors be decided before the commencement of the Study and another one sub-sector be selected in the course of the Study through the consultation between the Indonesian side and the Japanese Study team. The Indonesian side accepted the suggestion.

Concerning the criteria for selecting the sub-sectors for the case studies, both sides confirmed that the sub-sectors which are mainly composed of small and medium scale enterprises should be put high priority.

As to the two model sub-sectors which should be fixed before the commencement of the Study, the Japanese side proposed wooden furniture industry (which is mainly composed of medium and small

companies and has big potential of increasing exportation) and electric home appliances industry (which is also mainly composed of medium and small companies and deeply related to developing supporting industry in Indonesia). The Indonesian side accepted the proposal preferably.

In addition, the Indonesian side stated that the package design should also be put high priority and the Japanese side understood the situation.

#### 4. Subject areas of the Study

Because of the budgetary limitation of the Japanese government and for the purpose of finishing the Study in an early stage, both sides agreed that the subject areas of the Study should not be too wide and be limited to a proper extent. In this context, the Japanese side proposed that a couple of areas should be taken up for the subject of the Study, and both sides agreed that the one area should be Jakarta and other areas should be selected later considering the location of the companies belonging to the subject industrial sub-sectors of the Study.

#### 5. Counterpart team member

It was confirmed that the government of Indonesia had appointed the members for the steering committee and the executing committee as shown in the appendix 5 and that those members had also been assigned as counterpart personnel for the Study.

In addition, in order to conduct a comprehensive study, the Indonesian side assured that the existing counterpart team should be completed by the members from other relevant organizations, such as the Directorate of Multifarious Industries and Directorate of Metal Machinery & Chemical Industry (Ministry of industry and trade).

#### 6. Undertakings by the Indonesian side

It was confirmed that the standardized contents of undertakings stipulated in the Scope of Work are acceptable for the Indonesian side.

List of AttendantsIndonesian Side

Drs. Subiakto Tjakrawerdaja	Minister, Ministry of Cooperatives and Small Enterprises
A. Sidik Prawiranegara	Secretary General, Ministry of Cooperatives and Small Enterprise Development
Mr. Anwar Supriyadi	Director General of Small Enterprises Development, Ministry of Cooperatives and Small Enterprises
Ir. J.M. Sihombing	Counsel to the Minister on the Business Networking and Partnership Development, Ministry of Cooperatives and Small Enterprises
Ir. Atih Surjati Herman	Head, Agency for Development of Small Industry
Widagdo	Chairman of Indonesia Design Council
Sri Hardjoko Wirjomartono	Design Council Member from Ministry of Education
Solichin Gunawan	Design Council Member from Indonesia Interior Designer Association
Ir. Eiko Whismulyadi	Head, Bureau for Cooperative Foods and Business Development, BAPPENAS
Dr. Dipo Alam	Head, Bureau for Industry and Trade, BAPPENAS
Ir. E. Sirait	Department of Industry and Trade, Agency for Development of Small Industry
Mrs. Siti Soeprapti	Director for Small Scale Industry, Ministry of Cooperatives and Small Enterprises
R.A. Koos Arumdanie	Indonesia Design Center

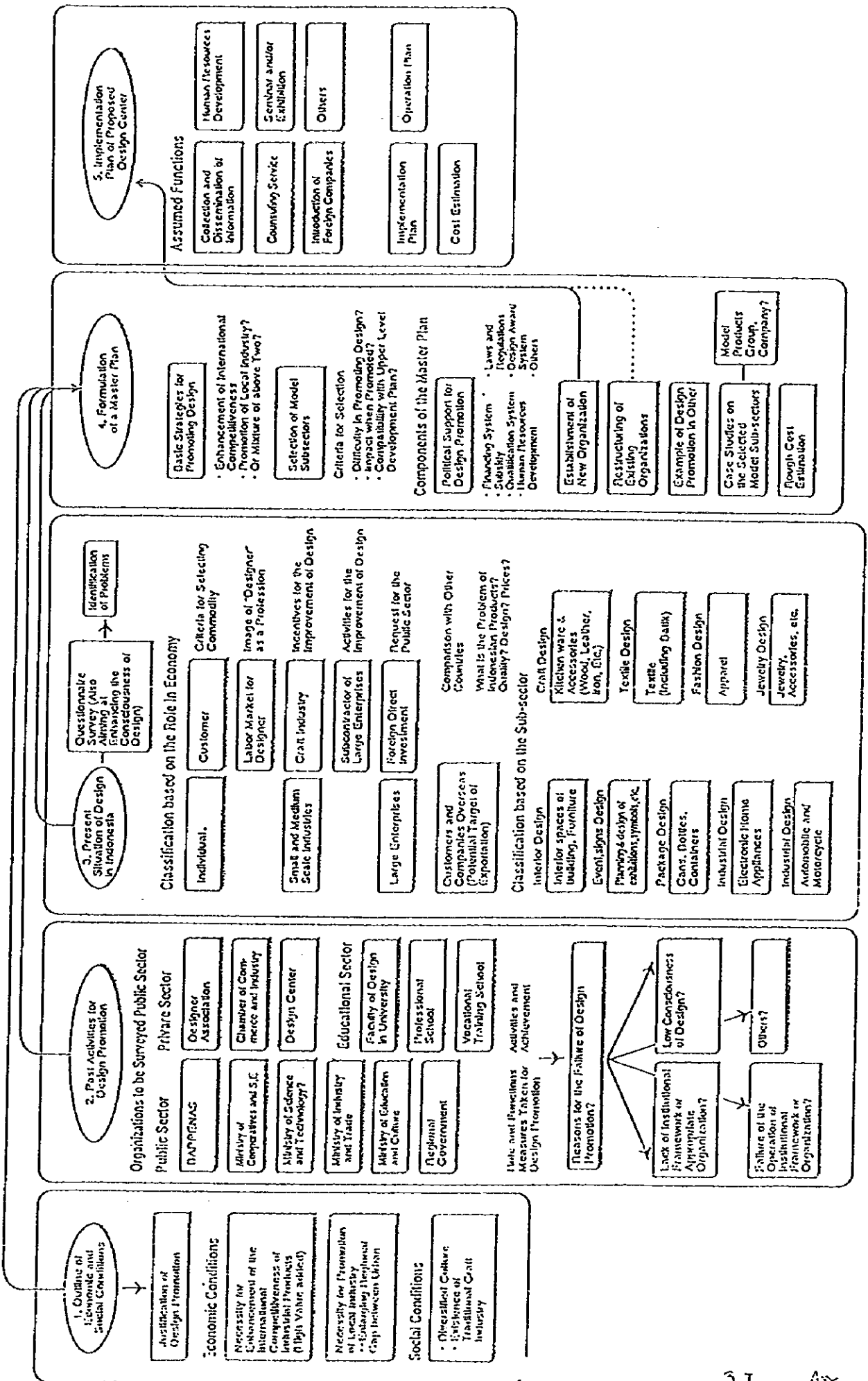
Japanese Side

Tsuji Yoshinobu	Leader
Okamoto Niro	Technical Cooperation Policy
Hanawa Koji	Technical Cooperation Administration
Aida Masato	Design Promotion Policy
Nakanishi Masami	Design Promotion in Local Communities
Yamada Minoru	Study Planning

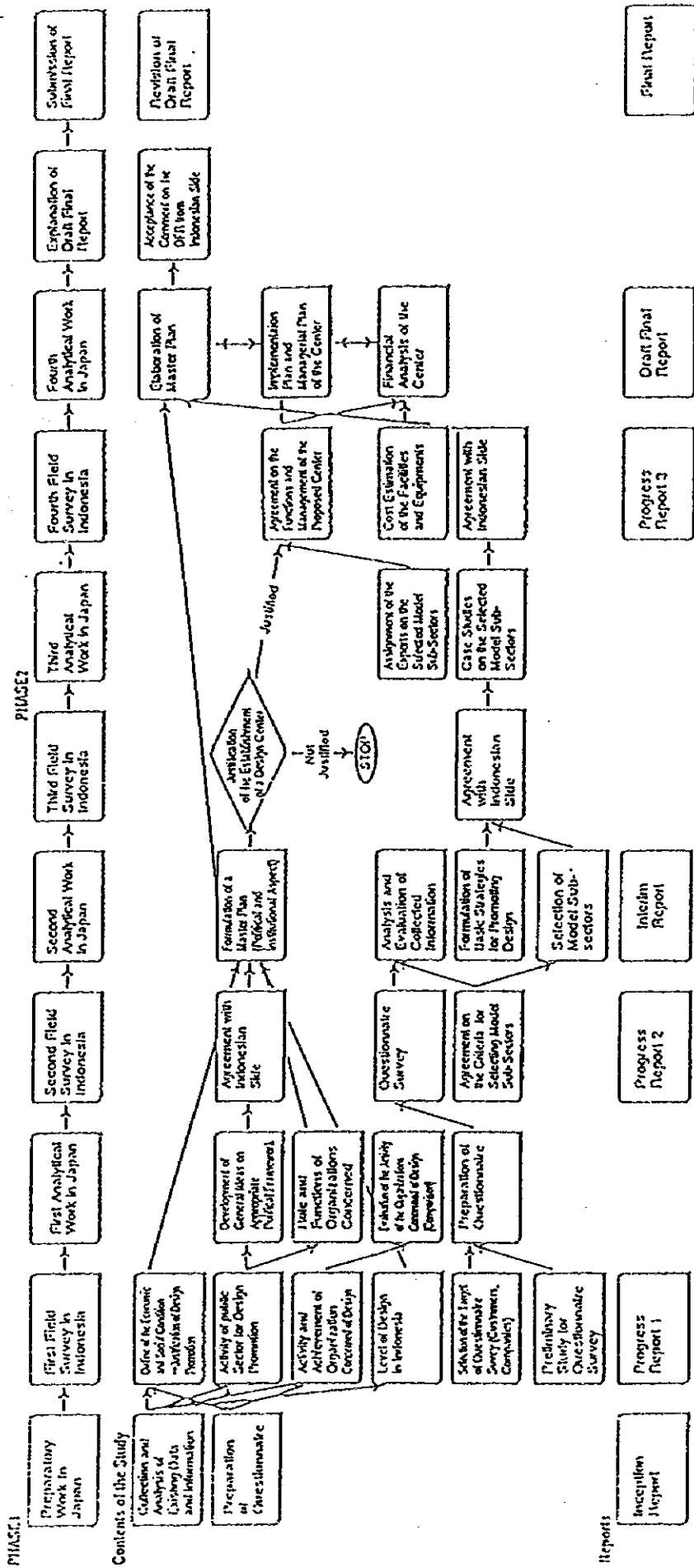


# The Study on the Promotion of Design in the Republic of Indonesia Concept of the Study

Appendix 2

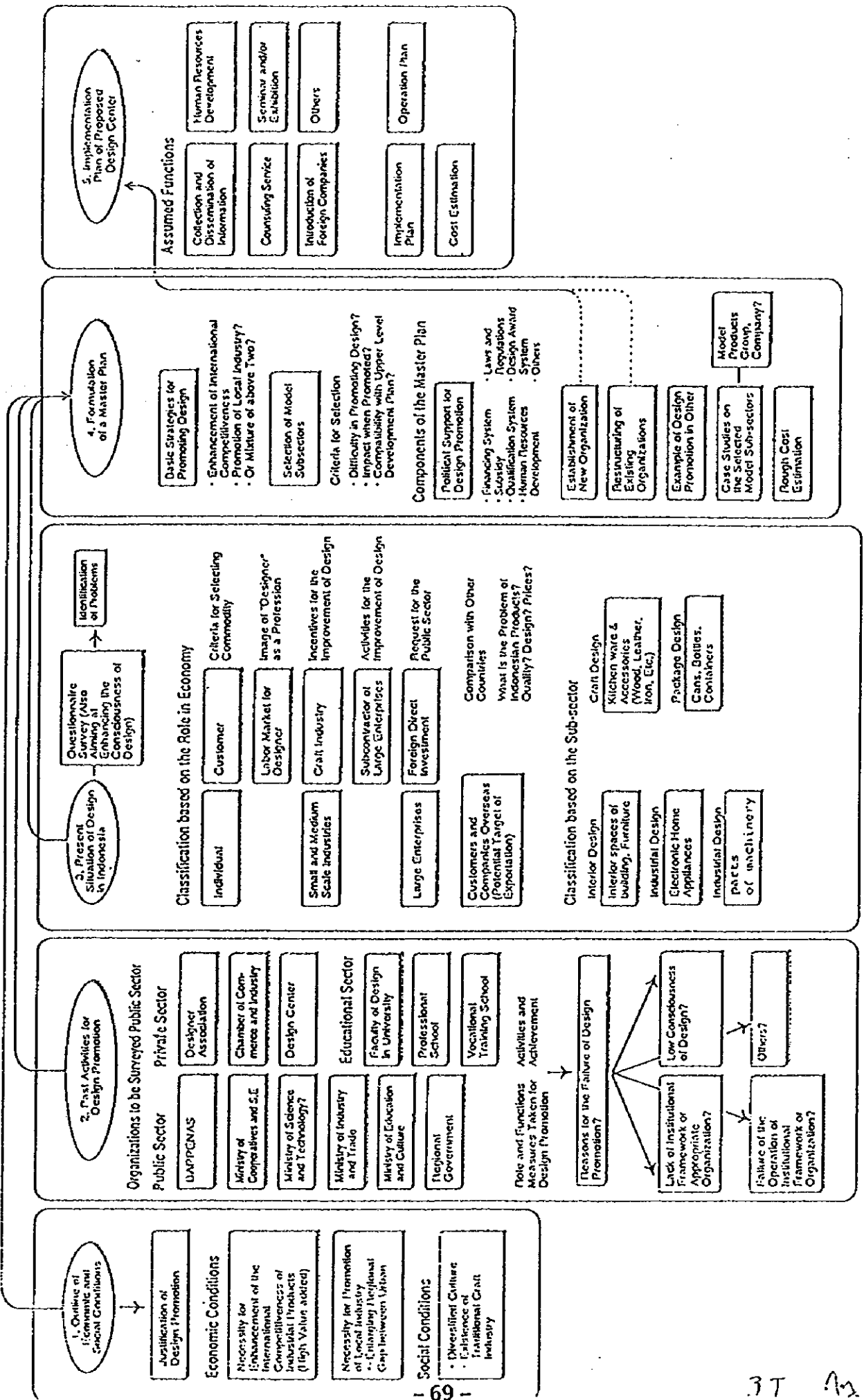


# The Study on the Promotion of Design in the Republic of Indonesia Flowchart of the Study



# The Study of the Promotion of Design in the Republic of Indonesia Concept of the Study

Appendix 4



Lampiran : Surat Keputusan Menteri  
Koperasi dan Pembinaan  
Pengusaha Kecil  
Nomor : 174 /Kep/MVII/199  
Tentang : Pembentukan Tim Studi  
Pembangunan Pengembangan  
Desain Indonesia.

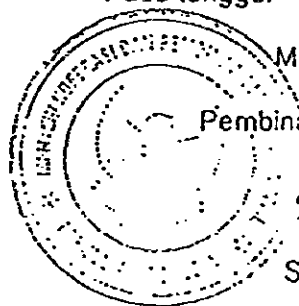
## 1. Tim Pengarah :

No.	Nama Anggota	Organisasi/Instansi	Jabatan dalam TIM
1.	Widaodo	Ketua Dewan Desain Nasional	Ketua
2.	Anwar Suorjadi	Dirjen Pembinaan Pengusaha Kecil.	Wakil Ketua-I
3.	Muslimin Nasution	Deputi Bidang Ekonomi, Bappenas	Wakil Ketua -II
4.	Sutrisno Iwantono	Kapustibang Pengusaha Kecil, Balibangkop & PK	Sekretaris
5.	Solichin Gunawan	Dewan Desain Nasional	Anggota
6.	Palounadi	Dewan Desain Nasional/ASTRA	Anggota
7.	Sri Hardjoko	Dewan Desain Nasional/Dep. DIKBUD	Anggota
8.	Atih Suryati Herman	Dewan Desain Nasional/Dep. Perindag	Anggota
9.	Lela Retna Kumala	Ekonomi Bilateral, Bappenas	Anggota
10.	Siti Soeprati	Dewan Desain Nasional/Dir. BPK Industri Non-Pertanian	Anggota

## 2. Tim Pelaksana

No.	Nama Anggota	Organisasi/Instansi	Jabatan dalam TIM
1.	J.M. Sihombing	Direktur Pelaksana Pusat Desain Nasional	Ketua
2.	Riswanto Ramelan	Wakil Direktur Pelaksana Pusat Desain Nasional	Wakil Ketua
3.	Widodo	Sekretaris Dirjen PPK	Sekretaris
4.	Eiko Wisnuwiyadi	Bappenas	Anggota
5.	Dioo Alain	Bappenas	Anggota
6.	RA Koos Arum Danie	Pusat Desain Nasional	Anggota
7.	Taufiq Ibrahim	Pusat Desain Nasional	Anggota
8.	Ivan Noe'man	Pusat Desain Nasional	Anggota
9.	Soyanlo	Karoren Dep. Koo dan PPK	Anggota
10.	Edith Ratna	Depperindag	Anggota
11.	Stamel Soedarsono	Bappenas	Anggota
12.	Suoadno	Dirjen PPK	Anggota
13.	L. Geol	Roren Dep. Koo dan PPK	Anggota
14.	Moch. Kasim H. Masc	Dirjen PPK	Anggota

Ditetapkan di : JAKARTA  
Pada tanggal : 11- Juli 1997



Menteri Koperasi  
dan  
Pembinaan Pengusaha Kecil

*Subiacto*

Subiacto

### 3. セミナー講演内容

#### A. 会田団員

#### 今日の日本におけるデザイン政策

通商産業省生活産業局デザイン政策室

室長 会田 雅人

- ・本日はこのセミナーにお集まりいただき、ありがとうございます。
- ・日本の通商産業省生活産業局デザイン政策室長の会田（あいだ）です。
- ・私の方からは、「日本におけるデザイン政策」ということで、お話をさせていただきます。元より、日本とインドネシアでは行政の形態も異なりますから、分かるづらい部分もあるかとは思いますが、できるだけ、一般的な形でお話したいと思えます。

- ・本日は、デザイン振興の歴史、現在のデザイン振興の体制、デザイン施策の内容についてお話したいと思えます。

#### 1 デザイン奨励の歴史

##### (1) 戦後の日本の経済成長とデザインのかかわり

以下の2つを合わせた対応のOHP作成

- ・戦後の日本の経済成長は5つの期間に分けられると思う。
- ・①戦後復興（1945年～1955年頃）
  - 製造業の段階的復興のための各種規制を実施
  - 原材料の各産業分野への配分をコントロールして重点分野を育成
- ②産業の自立（1955～65年頃）
  - 国内産業の保護と育成
  - 国内需要の拡大、自由貿易への対応
  - 量産体制の整備
  - 輸出振興
- ③安全・環境・エネルギー問題への対応（1965～1975年頃）
  - 国内市場の成熟化
  - 石油危機
  - 環境問題等への対応
- ④国際化・海外進出（1975～1990年頃）
  - 環境問題等への対応
  - 貿易摩擦への対応
  - 対外直接投資
- ⑤環境、産業構造摩擦（1990年代）
  - 地球環境問題への対応

(デザイン政策の5つの期間)

① デザイン基盤整備期 (1950～1955年)

・我が国のデザインが貧困

② 輸出振興のためのデザイン振興期 (1955～1965年)

海外デザインの模倣防止

デザイン振興は輸出振興及び国内経済振興

(57年Gマーク制度創設)

③ 移行期 (1965～75年)

輸出振興

家電製品の普及率が飽和状態へ

石油危機による移行経済期

デザイン水準の高度化

デザインを通じた国民生活の質的向上

(73年 デザインイヤー)

④ 多様化する産業社会へのデザインの対応 (1975～90年頃)

安定成長へのシフト

質を重視した設計

多様化する産業社会へのデザインの対応

(89年デザインイヤー)

⑤ 新たなデザイン政策の時代? (1990年～)

産業構造の変化

国際化の進展

デザイン業としての確立

・この対比からも分かるように、デザインは当初、工業製品の付加価値を高め、輸出振興に資することが目標とされた。

・その後、経済が成熟し、環境、エネルギー問題などへの対応も配慮する段階となり、デザインも、適用範囲の拡大がされ、現在では、ビジネスとしてのデザイナーの環境の整備がデザインの課題となっている。

2 デザイン振興体制

(1) 国ベースにおける体制

・政策立案、総合調整機能/通商産業省

・具体的な政策の実施/ 2財団法人

「(財) 日本産業デザイン振興会 : 主として国内」

「(財) 国際デザイン交流協会 : 海外」

通商産業省デザイン政策室は、デザイン奨励審議会の事務局を担当する。デザイン政策に関する審議会の答申を得て、デザイン振興、奨励の政策を立案する。

また、通商産業省では横断的にデザインの振興、奨励を担当している。

具体的な政策の実施については、公益法人（財団法人）である2つの団体が担当している。国からはこの2つの財団法人に事業実施のための補助金を交付している。

(財) 日本産業デザイン振興会

Gマーク選定事業

デザイン人材の育成事業

(財) 国際デザイン交流協会

国際デザインフェスティバル事業

(国際デザインコンペティション、国際デザイン・アワード)

(国際デザイン展)

また、中小企業がデザインを導入する観点から、「中小企業がデザインを開発する」、「中小企業が国際的なデザインに接する」事業に対して中小企業庁から助成が行われている（中小企業庁は通商産業省の外局）。

特許庁では、特許、意匠などの登録、保護を行っているが、デザイン関係では、特許庁意匠課が、デザインと関係の深い意匠の登録、保護を担当している。

## (2) 自治体レベルの体制

- ・ 都道府県にデザイン担当課ならびに試験研究機関（工業技術センター）を設置し、主に中小企業、地場産業のデザインの高度化を支援
- ・ いくつかの都道府県で、デザイン研究センターやデザインセンターを設置

地方レベルの行政単位として、日本には全部で47の県（州のようなもの）があり、その下の行政単位としてに全国で約3300の市町村がある。

各県にはその県の行政組織内にデザイン担当の課、試験研究機関（工業技術センター）があり、主に中小企業、地場産業のデザインの高度化の支援、指導、各種研究開発、県が主催するコンペティションなどを行っている。

一部には、デザインセンターなどを設置している県もある。

## (3) 民間レベル

- ・ 通商産業省所管のデザイナーの職能団体/8 社団法人他

・デザインの種類別の公益法人（社団法人）であるデザイナー団体としては、次の8つの団体がある。

- ① 日本インダストリアル・デザイナー協会
- ② 日本インテリア・デザイナー協会
- ③ 日本クラフト・デザイン協会
- ④ 日本パッケージ・デザイン協会
- ⑤ 日本グラフィック・デザイナー協会
- ⑥ 日本ジュウリー・デザイナー協会
- ⑦ 日本サイン・デザイン協会
- ⑧ 日本ディスプレイ・デザイン協会

・これらの団体は、会員の意見を集約して、独自に、会報誌の発行、出版、講演会、研究会、シンポジウム、展覧会、会員の相互扶助など色々な活動を行っている。

・最近、これら8つの協会がまとまって、協同組合を作りました。各協会に共通する問題、課題に対応していくことにしている。

・また、県レベルで、いくつかのデザイナー団体もある。

・株式会社方式の（株）国際デザインセンターも名古屋に設立されている。これは、愛知県、名古屋市、経済界が出資し、国も補助金を出して設立されたデザイン活動のためのセンターである。

### 3 デザイン施策の体系（詳細は別紙 参照）

基本的な方向付けは通商産業大臣の諮問機関であるデザイン奨励審議会に諮問。今日の施策は、概ね次の5つの柱から成り立っている。

- (1) デザイン人材の育成
- (2) 中小企業におけるデザイン振興
- (3) 地域におけるデザイン振興
- (4) デザインを通じた国際協力
- (5) デザインの社会への一層の浸透

・1993年5月の答申に基づき、5つの柱を中心に施策を立てている。

・デザインの振興は、デザイン政策室だけでなく、中小企業庁、地方自治体のデザイン担当部局なども重要な役割を果たしている。

・デザイン政策室が力を入れているのは、人材育成、国際協力、デザインの社会への浸透である。

#### デザイン施策の体系

##### 1 デザイン人材の育成

- (1) デザイン人材開発センター
- (2) デザイン人材開発センターの具体的事業



.....  
・1993年に（財）日本産業デザイン振興会に「デザイン人材育成センター」を設  
置（OHPあり）

・この目的は、次の様なものである。

- ①デザイン技能の高度化・デザインマネジメント能力の開発
- ②中小企業へのデザインの導入
- ③デザイン人材交流
- ④デザイン人材開発長期ビジョンの作成

○具体的な活動としては、

- ・デザイナー、デザイン業の環境整備
- ・ビジネスルールの確立のための対策の検討
- ・デザイナーの団体化

○デザインの情報インフラの整備

・デザイン関係者、中小企業などの相互の交流の場として、インターネット上  
に「Japan Design」を開設し、拡充を行っている。

## 2 中小企業におけるデザイン振興

- (1) 予算
- (2) 税制
- (3) 融資

・日本においては、デザイナーには2つのタイプがある。大企業内のデザイナー、  
独立して活動するデザイナーの2つのタイプである。独立して活動するデザイナー  
は一般的に小規模の事業者が多く、この意味で、デザイナー対策は中小企業対策  
の1つとなっている。

・予算

中小企業デザイン高度化事業への補助

組合等が行うパイロットデザイン試作等への助成

中小企業デザイン国際化振興事業への補助

内外のデザイナー等による国際デザインシンポジウムを開催するなどの活動  
への補助

技術アドバイザー指導事業

商品開発のコンセプトメイキング段階からデザイン専門家などの技術アドバイ  
ザーを派遣する事業への助成

・税制

特にデザイナー事業所対象というわけではないが、中小の事業所に対して、特

別に償却、税額控除などを認めている。

・融資

特にデザイナーに対してという訳ではないが、

中小の事業者に対して、低い金利で融資を行う制度がある。

3 地域におけるデザイン振興

- (1)民活法における「デザイン創造支援施設」
- (2)国際デザインセンター・名古屋
- (3)デザイン開発指導連絡協議会
- (4)特定産業集積の活性化に関する臨時措置法
- (5)デザイン創造的支援拠点推進事業
- (6)全国デザインセンター会議

(1)、(2)デザイン創造支援施設

国が補助を行い、民間活動を利用して、特定施設の整備を促進することに関する法律で、この特定施設の1つに、デザイン創造支援施設も追加された。

そして、1996年11月に名古屋に、このスキームを利用した「国際デザインセンター」がオープンした。

このデザイン創造支援施設とは、開放型研究開発施設、交流施設、人材育成施設、研究開発型企業育成施設の4つの施設を持つ施設である。

(3) 総合的なデザインマネージメントの見地からデザイン開発のあり方を十分検討することを目的として、地方別に「デザイン開発指導連絡会議」を毎年開催している。参加者の範囲は、デザイン政策室、その地方の県のデザイン担当者、デザインセンター等が参加している。

(4) 地域の産業集積における技術の高度化や新分野への進出等を促進するため、各種助成制度が適用される。デザイン業も含まれている。

(5)

(6) 各地域のデザインセンターや県のデザイン担当者による情報交換や協同研究を行う場として、1995年から全国デザインセンター会議を設置している。

4 デザインを通じた国際協力

- (1)国際デザインフェスティバル

- (2) アジア太平洋デザイン交流事業
- (3) 東南アジアデザイン交流ミッション
- (4) デザイン専門家の派遣及び研修生の受入
- (5) 国際デザインシンポジウム
- (6) デザイン調査員の海外派遣

(1) 我が国産業活動の文化的側面を世界に強調するとともに、国民一般のデザインに対する理解と関心を深めるため。1983年から2年おきに(財)国際デザイン交流協会が大阪で開催している。国際デザインコンペティション(第8回は1ヶ国、1021点の応募がある。)、国際デザインアワード、国際デザイン(コンペティションの入賞作品、アワード受賞者の作品を含め、アジアのデザインを紹介する展示などを含めて実施。)

(2) 93年に(財)国際デザイン交流協会内に「アジア太平洋デザイン交流センター」を設置し、(OHPあり)

① アジア太平洋デザイン交流ミッション(1990年から)

アジア太平洋の国々にミッションを派遣し、デザイン関係者と意見交換し、関連情報を収集している。

② アジア太平洋デザイン交流会議(1990年から)

アジア地域からの参加を得て、デザイン振興に関する会議を行う。

③ デザイン振興支援事業(1994年から)

支援対象国の要望と期待に沿った内容となるように、現地のカウンターパートからの要望を十分調査し、国ごとにセミナーを開催して、デザイン振興に協力する。

④ 在日デザイン留学生交流事業(1994年から)

アジアを中心とする海外からのデザイン留学生に意見交換の場や各種デザイン関連施設等の見学の機会を提供している。

どの事業を行っている。(国、地方自治体からの事業補助金あり)

デザイン専門家を中心とする有識者で構成するミッションを東南アジアに派遣し、デザイン振興及び保全に関する施策について意見交換を行っている。

1996年から)

JICA、JETROなどが行う専門家派遣、研修生受入れ事業に支援、協力を行っている。

(国際デザインシンポジウム)

1) 産業デザイン振興会が、内外の著名なデザイナー、学識経験者等を招いて、

1990年から、デザインの普及、デザインの向上又はデザインに関する国際交流の推進に顕著な功労があった個人を対象に通商産業大臣表彰を行っている。1996年は3名が表彰された。

(4) 模倣品が国内に入ることをチェックするなどの方策も取っている。

(5) 通商産業省ではデザイン振興政策に従事する職員などを対象として、デザイン行政研修を行っている。

(6) 2つの公益法人（（財）日本産業デザイン振興会、（財）国際デザイン交流協会）が海外向けに日本のデザイン事情を紹介する機関誌当を発行している。また、新たなデザイン領域についての調査研究も行ってきている。

- ・後でも触れますが、1958年に通商産業省に「デザイン課」ができた時、貿易局に置かれたことから分かるように、初期の日本のデザイン政策の重点は、輸出振興のための「インダストリアル・デザイン（産業デザイン）の振興」でした。
- ・その後、デザイン政策室が1995年に産業政策局に、1997年に生活産業局に移ってきたことから、デザイン政策の目標が、「新しい産業創設のためのキーとなる位置づけ」から「国民生活を豊かにするためのデザイン」へと移ってきていると思います。
- ・日本でデザインの導入においてある程度うまく行ったのは、国が力を入れただけでなく、地方自治体も協力していったことが要因として上げられると思う。
- ・また、産業界の参加も得て、結果的に産業界全体のレベルアップにつながったこともうまく行った要因であると思われる。

## B. 中西 政美 山口県におけるデザインの取り組み

山口県工業技術センターデザイン部  
専門研究員 中西 政美

デザインの果たさなければならない役割は  
地方産業の活性化や、地域のイメージアップ、  
創造力のある人材の育成など、  
極めて多岐にわたります。  
デザイン業は、行政と共に  
地域のあり方を考える良きパートナーであり、  
また戦略家として、地域産業活性化の鍵を  
握っているといっても過言ではありません。



中西 政美 (Masami Nakanishi)  
所 属 ●山口県工業技術センター  
デザイン部専門研究員  
所在地 ●山口県山口市大字朝田字  
湯畑585-1  
連絡先 ●PHONE 0839-22-6810  
F A X 0839-22-6813  
略 歴 ●  
1960年 山口県生まれ  
1982年 筑波大学芸術専門学群卒業  
同年山口県に赴任  
工業技術センターデザイン部研究員  
として山口県中小企業へのデザイン開  
発支援を行い今日にいたる。  
専門分野 ●  
○クラフトデザイン  
(大理石・木工・陶磁器・漆器等)  
○インダストリアルデザイン  
○パッケージデザイン  
○ヒューマンインターフェイス  
現在、福祉介護機器の研究開発プロ  
ジェクトに従事

E-Mail  
nakanishi@iti.pref.yamaguchi.jp

はじめに

インドネシアで山口県のデザイン行政について、  
話をさせていただくことができる機会を与えてい  
ただいたことを、光栄に思います。  
このデザインセミナーでは、山口県が日本におけ  
る地方自治体として過去7年間に行ってきたデザ  
イン行政のストーリーを、具体的な事業内容の紹  
介と併せてありのままに紹介させていただきたい  
と思います。その中で、皆様がこれから行おうと  
しているデザイン振興プロジェクトが、今後インド  
ネシア国内で展開して行くに当たり何らかの参考  
になれば幸いです。

山口県のデザイン振興はまだ始まったば  
かりである

本県のデザイン行政が本格的にスタートしたのは、  
1990年からですので、まだ7年しか経過して  
いません。それまでは地方自治体の職員は、山口県  
のデザイン業の実体を全くといっていいほど知り  
ませんでした。従ってデザイン業に対する行政的  
な振興施策も無かったわけです。  
その当時のデザイン関連事業としては、地場産業  
や中小企業の新製品開発支援として、国の補助事  
業による「地方産業パイロットデザイン推進事業」  
がありました。これは国より派遣されたインダス  
トリアルデザイナーが、地方の地場産業や伝統工  
芸のデザイン開発を支援する事業で、私のような  
工業技術センターデザイン部職員は、この事業の  
側面的な支援を行う役割を担っていました。  
そのような状況下、県の産業振興の基本方針や新  
たな行政課題に取り組み県行政の組織である山口  
県商工労働部商政課産業企画室では、産業のソフ  
ト化についての課題に取り組みしており、その担当  
職員が地方のデザイン業の実態調査の必要性を痛  
感し、初めてデザイン業の実態調査やデザイン業

振興指針の策定、デザイン団体の組織化へ向け  
て動き始めたのです。

デザイン業の組織化から始まり、デザ  
イン振興事業を2年ごとに立案

まずデザイン業の組織化に向けては、県内のデ  
ザイナーに県庁へ集まっていたいただき、そこでデ  
ザイン業の組織化の可能性について自由に協議  
することから始まりました。また行政職員が県  
内各地のデザイン事務所を訪問し、施策立案に  
向けてのヒアリングを行いました。

そのような経緯により1991年、1992年  
の2年間にわたり、「やまぐちデザイン塾」と「山  
口県デザインバンク」を行うことになりました。  
「やまぐちデザイン塾」では全国的に知名度が高  
く、デザイナーとして世界的にも評価の高い国  
内のデザイナーを山口県にお招きし、そこでデ  
ザイン業を対象にしたセミナーを行っていただ  
く内容の事業です。「山口県デザインバンク」は  
県内のデザイン事務所等を作品の写真とともに  
掲載し、地域の行政や中小企業に活用してい  
たいためのカードを整備する事業でした。

これらの事業展開を行う中で、山口県デザ  
イン協会は1991年3月に発足し、現在約20  
0名の会員に成長しています。

デザイン行政は専門家との共同作業に  
よって行う必要がある

このようにデザイン業の資質の向上を目的とし  
て始まったデザイン行政ですが、デザイン協会  
は行政に対して次から次へ新たな事業提案を持  
ち込んでくるようになりました。その中には行政  
として理解しにくいものや、事業内容が大き  
すぎてとうてい実現不可能な提案ももちろんあ  
りました。県行政としてはそれらデザイン協会  
の提案に対して、行政としての将来展望や行政  
的な事業内容に修正を加えながら共同作業する  
新たな対応の必要性が出てきました。  
また、新たな課題として、人事異動により今ま  
での担当者が移動してしまい、行政改革によりデ  
ザイン行政を所管する組織が別の部署に変わる  
ということが実際に生じてしまいました。  
デザインに対する理解と優れた感性がデザイン  
行政を行う担当者に必要な素質であるとすれば、  
担当者の能力によって大きくデザイン振興施策  
が影響される結果を招いてしまいます。また、担  
当者によってはデザインに対する知識がほとん  
どない状態からスタートせざるを得ないケース  
もあり得るのです。

従って行政の中にもデザインについての専門的な知識を有する職員が必要となり、デザイン行政の事業立案作業は行政側のデザイン振興担当者とデザイン協会のメンバーと工業技術センターデザイン部門の職員との共同作業で行う仕組みが次第に構築されてきました。現在では、工業技術センターデザイン部門の職員は行政の立場でありながらデザインの専門家でもあり、組織や人事の移動が少ないために、コーディネータや戦略家として関わることによってデザイン業と行政の中間的な役割を担う必要不可欠な存在となっています。しかし実際に施策を立案し、財政課との予算折衝を行う役割はあくまで行政の中にあることには変わりはありません。従ってそれぞれ異なる役割を持ったプロジェクトの一員として、互いの信頼関係の中で仕組みをどのように構築するかが最も重要なポイントであると考えています。

#### 地域産業活性化の戦略家として

山口県のデザイン振興は、デザイン協会の誕生により、自立へ向けて進んでいるため、デザイン業の組織化支援やデザイナーの質的向上を支援するための県の事業は必要でなくなってきました。

したがって、今後はデザイン業を活用してさらに行政的な他の目的へ、例えば美しい景観の形成、産業の創造的な新製品開発支援、地域のイメージアップ、創造力のある人材の育成などへ向けて事業の転換を図っていく必要があります。それらの新たな目的に対してデザインが地方行政にどのように関わるのが今後の課題です。将来へ向けた具体的な施策展開の案はまだ発想の段階に過ぎませんが、本県においては製造業の自社商品開発が少なく、また人口の集積した地域が小規模であることから、デザイン業の育ちにくい環境にあることは事実ですが、そのような中でも活性化の鍵を握っているのはデザインに関わっている人材ではないかと考えています。私は、デザイン業は行政と共に地域のあり方を考える良きパートナーとして地方産業活性化の戦略家になることを期待して止みません。そしてデザインに関わるより多くの人材が、企業や県民と交流し、その中で新たなプロジェクトの立案を行い、そのプロジェクトのリーダーとして創造的な産業振興の可能性を広げることが21世紀にむけて求められているデザインの課題でもあると考えるのではないのでしょうか。

#### デザインの概念整理

「デザイン」とは、新しい産業、生活、環境等にかかるモノ・コト形成へ向けての社会的創造行為である。

具体的には、「モノに係るもの」・「視覚に訴えるもの」・「環境を扱うもの」といった対象に対する社会的要求や課題、テーマを探索・発掘し、ニーズに対応したコンセプトメイキングをもとに造形・機能・環境等を製造・創造する。さらに社会へ実現（販売や製造等）する一連の活動（モノ・コトの創造）である。

#### 山口県における主なデザイン施策

1991年	デザイン業の振興を図るため、「デザイン業の振興指針」を策定
1991年	山口県デザイン協会の設立を支援
1991～92年	地域におけるデザイナーの質的向上を図るため、著名なデザイナーによる「やまぐちデザイン塾」を開催
1992年	デザインセンター基本構想策定の調査
1993～94年	デザイン発注者である企業、受注者であるデザイナー、そして県民とを結びつける場をつくり、デザインビジネスの環境づくりを促進するとともに広くデザインマインドの醸成を図る。「デザインメッセ」を開催
1994年	デザインセンター基本構想の調査
1995～96年	デザイン業をはじめ、印刷業、広告業等のデザインに関する産業がネットワークを形成することにより、デザインを核とした産業支援サービス業の育成を図るため、「デザインミーティング」を開催
1996年～	デザイン人材の育成と、産業界への創造性豊かな提案と実践を目的として、「やまぐち未来デザイン大賞」を創設
1997年～	デザイン業とデザイン関連団体間のネットワーク化により、産学官民の連携による実験的なデザインイベントとして「デザインラボ21」を開催予定（10月）

# DEVELOPMENT OF NATIONAL DESIGN CENTER

## BACKGROUND

Global tendency → free trade → market economy

Indonesian participation in GATT, APEC and AFTA demand readiness of all national business force to push and increase efficiency and competitiveness.

Efficiency and economy competitiveness are the result of:

- ☞ Availability of skilled labor,
- ☞ A conducive business atmosphere,
- ☞ The right technology mastery to manufacture the qualified product,
- ☞ Availability of appropriate raw material,
- ☞ Reliable, strong and excellent entrepreneurship,
- ☞ High control of product quality, and
- ☞ Potential creativity to improve design work.

### Design:

- ☞ Is a human effort to maintain their existence in dealing with nature's various elements, also in lightening and comforting their life by making mediums, tools and appliances suited to their need and reasoning.
- ☞ Contains four basic elements: material, function, economy value and aesthetic value,
- ☞ Is part of main components to improve product quality and competitiveness.

Based on business sector handled, entrepreneurs whose production activity is related more to design are estimated 11 millions (industrial, trade, service, transportation and construction sectors) from that amount small scale entrepreneurs that are related direct to the design are estimated roughly 3.36 millions (industrial and construction sectors). (Appraisal based on BPS data, 1992)

### FIRST PROBLEM

- ☺ The awareness in the need of design is not fully owned by industrial society, especially small scale entrepreneurs in industrial sector, which are about 2.4 millions.
- ☺ The ability of small scale entrepreneurs to improve their own design is still low.
- ☺ In general, small scale entrepreneurs tend to receive the design based on the customer's order or imitation or collective plagiarism which weaken the bargaining position of small scale entrepreneurs product result.

### FIRST PREMISE

The awareness towards design and ability to improve design among small scale and medium scale entrepreneurs are strategic and important to improve.

### SECOND PROBLEM

- ☺ The awareness and acknowledgement towards design as an intellectual property right is crystallized (Law of Copyright).
- ☺ Global demand towards intellectual property right is growing, that the business war mechanism is often used by advanced countries to suppress countries who are still neglecting protection of intellectual property right.

### SECOND PREMISE

The acknowledgement and awareness of design and the ability to improve the design are very important to develop in the frame of Indonesian participation in the free market era.



### THIRD PROBLEM

The presence of developed technology product with modern design is slowly overcoming the market of traditional or handicraft product that are generally hereditary produced by traditional small scale entrepreneurs. In fact the original traditional design can be judged as part of product of identity national culture property.

### THIRD PREMISE

- ⊙ Medium and big scale entrepreneurs, that overcome advanced technology facility and wider access to capital source, can improve mutual partnership with small scale entrepreneurs and traditional craftsmen to develop various national products that fulfil aesthetic, social, cultural, technological and economical criteria.
- ⊙ Development of those various national products that is made possible by partnership needs support of quality upgrading and other component improvement, such as human resources, raw materials, various art, culture, and ethnic tradition.

### SYNTHESIS

In coordinating and driving various efforts to develop national product competitiveness through design development aspect, it is needed an institution and a mechanism that will specifically be responsible in formulating, coordinating and implementing various policies and design development programs.

The suitable institution is National Design Center.

## **CONSTRAINTS AND CHALLENGES IN DESIGN DEVELOPMENT**

Constraints faced by small and medium scale entrepreneurs in developing design are:

- a. Human resources who are design experts are relatively small.
- b. Community awareness towards design importance is still not improved, especially among small scale entrepreneurs.
- c. Attitude and awareness of “design need” is still not improved among small and medium scale entrepreneurs.
- d. Information procurement and distribution of that related to design and the effort to protect intellectual property right are relatively small and limited in range.
- e. Law acknowledgement and enforcement towards intellectual property right are still not developed, so the tendency of imitating and design pirating and other intellectual property is still high.

Challenges for National Design Center are how:

- a. To formulate input for a growing business atmosphere supporting the increasing “design necessity” attitude that will drive increasing national product competitiveness.
- b. To formulate and implement various programs that can enlarge and develop awareness towards the importance of design, “design need” attitude, and acknowledgement of design and intellectual property right.
- c. To formulate and perform program of establishment and design development among small and medium scale entrepreneurs.

## VISION

Along with the speedy development of globalization and technological progress, the need and community preferences are also improving and changing fast. The impact is commercial age of product is relatively short. This phenomenon generally happens in various advanced countries and the same thing happens in some big cities in Indonesia.

The right effort to anticipate the fast changing of customer preferences and demand, among others is by developing the design.

Therefore, in business world circle, especially small and medium scale entrepreneurs, the awareness of design importance should grow so that further on it will develop into "design need" attitude.

Thus, by the presence of National Design Center it is hoped that:

- a. The awareness and attention towards design will grow and develop and spread out in all community level so that the consumed or used product by community are products that are categorized as "good design".
- b. "Design need" attitude is growing and developing and spreading among small and medium scale entrepreneurs, which is shown by quality product they produce that would be able to fulfil qualification of "good design" so that it can compete both in domestic and international market.
- c. The attention and acknowledgement towards design product that can preserve national culture inheritance are growing among community, both customer and producer.
- d. The attention and acknowledgment towards intellectual property right is growing so well that motivation to create produces creation, art, and technological invention which can grow and increase.

## AIM AND OBJECTIVES

General objective of National Design Center is:

*Improving the quality of Indonesian industrial product design so that the product has strong competitiveness and wider market range, both domestic and international, and developing and preserving design that has typical various patterns and kinds of Indonesian culture.*

By considering the condition and structure of national business world nowadays then:

Establishment target priority of National Design Center is

*Small and medium scale entrepreneurs.*

Therefore,

Specific objective of National Design Center is

Improvement of design awareness and development of "design need" attitude  
among small and medium scale entrepreneurs.

## POLICY OF NATIONAL DESIGN CENTER

- a. To improve design awareness and attention of community, especially among the circle of industry.
- b. To develop "design need" attitude for small and medium scale entrepreneurs.
- c. To increase comparative superiority and competitiveness of Indonesian industrial design product to face competition both in domestic and international market.
- d. To support intellectual property right protection.
- e. To increase partnership among small scale and medium scale and or big scale entrepreneurship to create a strong national economic structure.

## PROGRAM

Implementation of National Design Center policy through accomplishing various programs and activities as follows:

1. Human resources improvement quality program by means of:
  - a. basic training of design
  - b. entrepreneurship training
  - c. vocational training
2. Promotion improvement program by means of:
  - a. television media presentation
  - b. information media, leaflet, and catalogue publication
  - c. design contest activity
  - d. design exhibition
  - e. "good design" result printing
3. Consultation improvement program by means of:
  - a. trade meeting
  - b. clinic design
  - c. field counseling
4. Research and development improvement program by means of:
  - a. innovative product development
  - b. design product inventory and documentation
  - c. market and business development research
5. Consolidation and widening of National Design Center program by means of:
  - a. improvement of National Design Center program
  - b. service and protection right of intellectual property
  - c. policy consolidation of National Design Center
  - d. improvement on involvement connection with various institutions that improve design activities

6. Design institutional cooperation improvement program by means of:
  - a. participation and membership in international design institution
  - b. cooperation to improve National Design Center activities in international forum
  - c. improvement link and match pattern among industries, companies and connected institutions
7. Design information spreading program by means of:
  - a. design and designer index (directory) arrangement
  - b. design information exchange both domestic and international
  - c. design library development

## FUNDING

Fund for National Design Center funding is from:

- a. National Budget (APBN) on each department, institution or connected institution.
- (b) Profit elimination allocation of State/Territory-owned Corporation (BUMN/BUMD) for establishment of small scale business and cooperation which are implemented according to the governing law.
- c. Society self-fund.
- d. Aid and or grant from various institutions, both domestic and international

## CONCLUSION

National Design Center that has special mission, objective, policy and program wholly centered on improving the competitiveness of Indonesian national product in its implementation needs the support of government, trade world, designer and society. Participation and support from all parties are the major factor in realizing and developing "design need" attitude, especially among small and medium scale entrepreneurs.

To make National Design Center progress suited to its mission and duties, the policy and program along with its activity should be coordinated suited and synchronized with the need and dynamic condition that are always growing. In order to do that, integrity and availability to implement the perfection of every party connected and concerned with design development become the key factor of success in developing National Design Center.

Therefore, the success of development and operational of Design Development Center in turn is hoped to have a role in making competitiveness of national product stronger which is needed for achieving the ideal and the objective of national development.



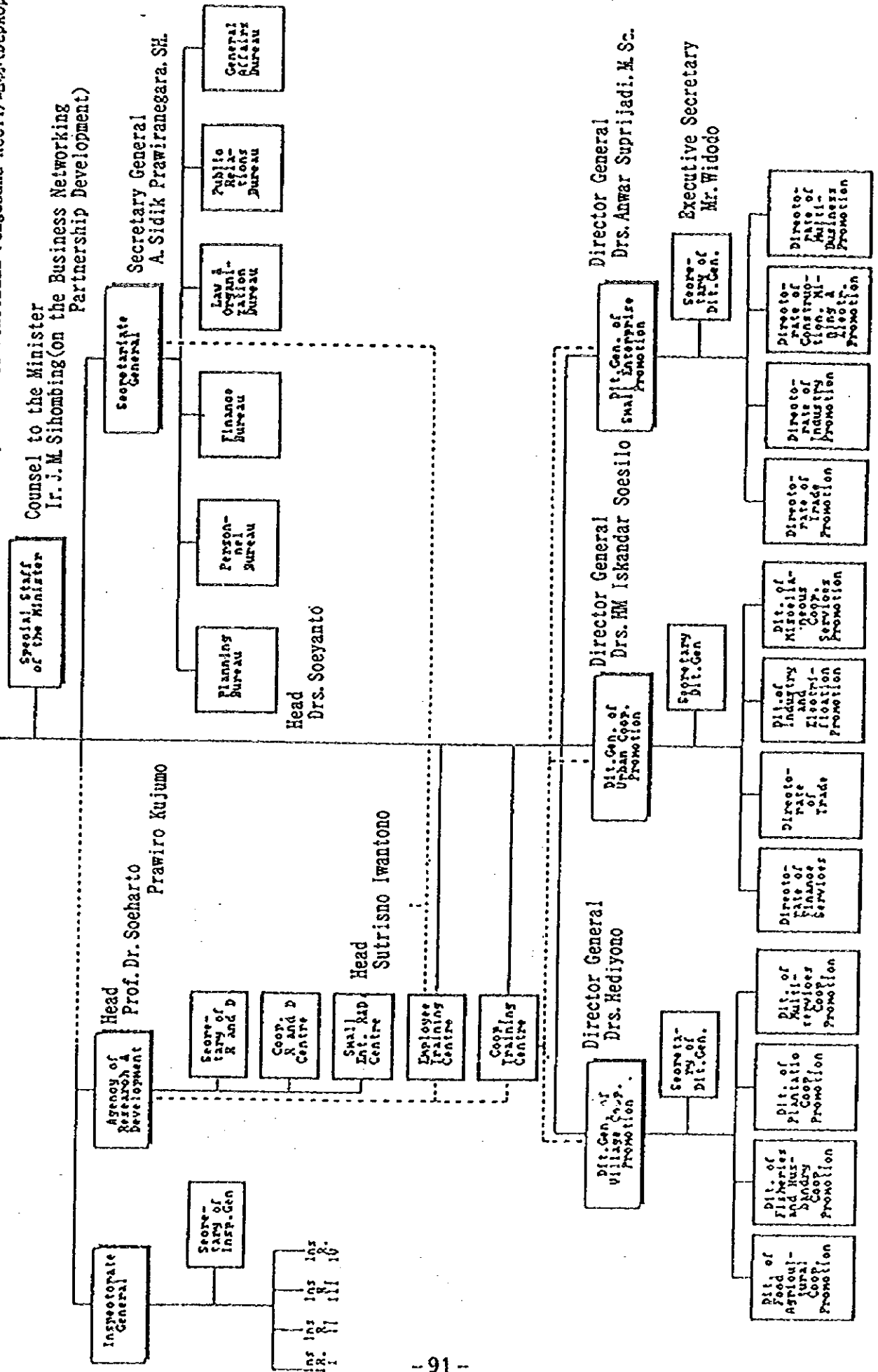
Minister  
Drs. Subiako Tjakrawardaja

英文: Ministry of Cooperatives & Small Enterprises / 略称(MOC & SE)

「1」 國語: Departemen Koperasi Dan Pembinaan Pengusaha Kecil / 略称(Depkop & PPK)

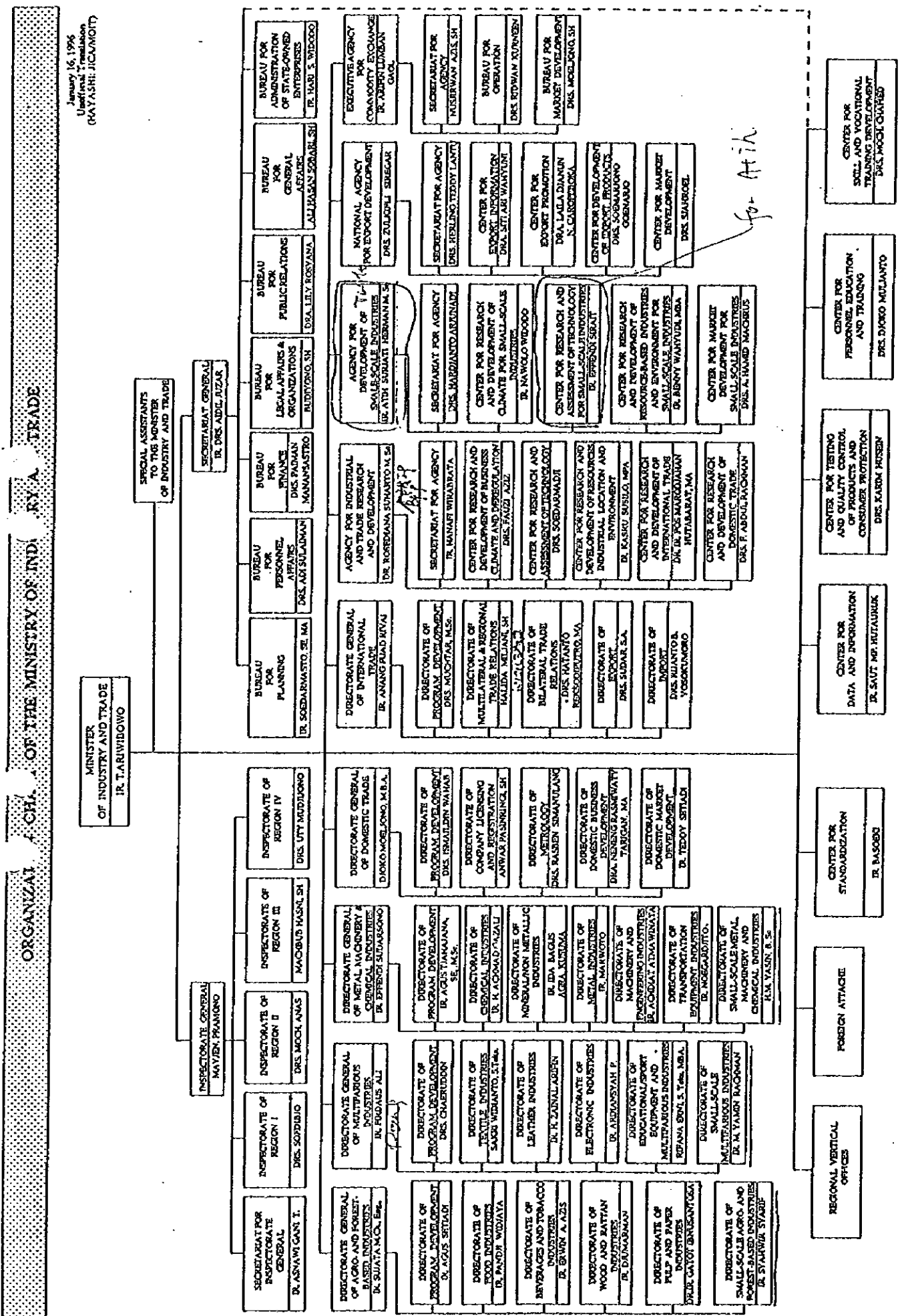
4. 関係省庁組織図

A. 共同組合・小企業省



B. 工業商業省

January 16, 1996  
 United Fruit Transmission  
 (KAYASHI: JICUMOTT)









JICA