

BBL コメント

RIETI コンサルティングフェロー

西垣 淳子

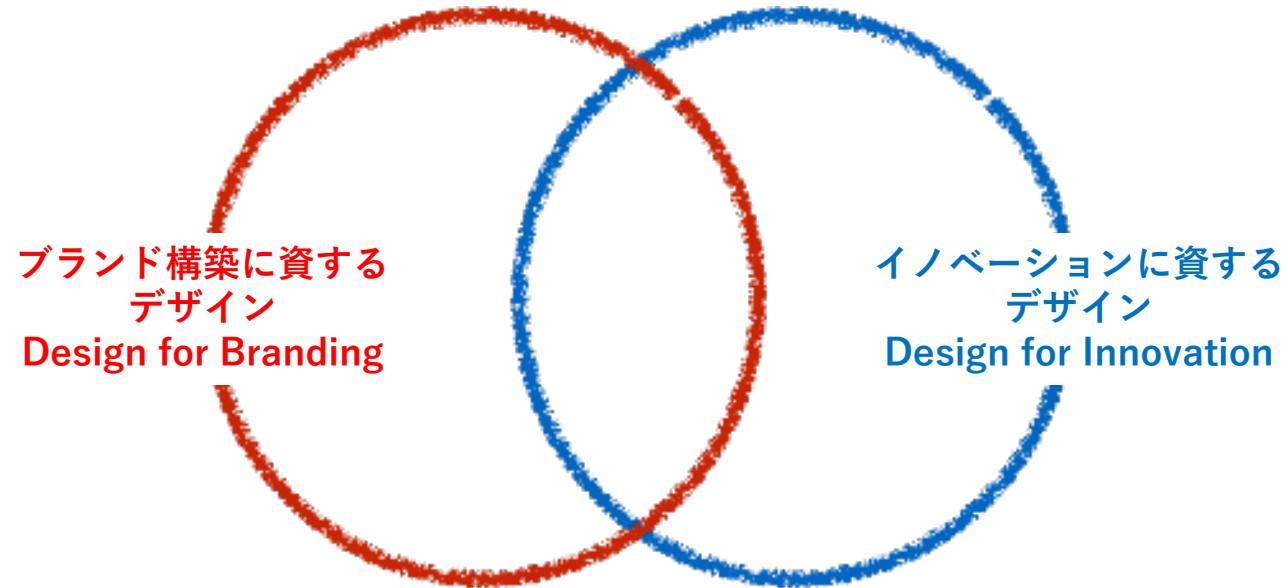
12月13日

デザイン経営の役割

＜2018年「デザイン経営宣言」報告書での定義＞

「デザイン経営」の効果 = ブランド力向上 + イノベーション力向上 = 企業競争力の向上

「デザイン経営」は、ブランドとイノベーションを通じて、企業の産業競争力の向上に寄与する。



ブランド構築に資するデザイン

企業が大切にしている価値とそれを実現しようとする意思を表現する営み

イノベーションに資するデザイン

顧客の潜在的ニーズを基に既存の事業に縛られずに、事業化を構想する営み

デザイン経営の定義

＜ 2018年「デザイン経営宣言」報告書での定義＞

「デザイン経営」とは、デザインを企業価値向上のための重要な経営資源として活用する経営である。

「デザイン経営」のための具体的取組

必須条件

- ① **デザイン責任者（CDO,CCO,CXO等）の経営チームへの参画**
デザインを企業戦略の中核に関連付け、デザインについて経営メンバーと密なコミュニケーションを取る。
- ② **事業戦略・製品・サービス開発の最上流からデザインが参画**
デザイナーが最上流から計画に参加する。
- ③ **「デザイン経営」の推進組織の設置**
組織図の重要な位置にデザイン部門を位置付け、社内横断でデザインを実施する。
- ④ **デザイン手法による顧客の潜在ニーズの発見**
観察手法の導入により、顧客の潜在ニーズを発見する。
- ⑤ **アジャイル型開発プロセスの実施**
観察・仮説構築・試作・再仮説構築の反復により、質とスピードの両取りを行う。
- ⑥ **採用および人材の育成**
デザイン人材※の採用を強化する。また、ビジネス人材やテクノロジー人材に対するデザイン手法の教育を行うことで、デザインマインドを向上させる。
※経営を補完する人材（P16＜参考＞参照）
- ⑦ **デザインの結果指標・プロセス指標の設計を工夫**
指標作成の難しいデザインについても、観察可能で長期的な企業価値を向上させるための指標策定を試みる。

コメント：一年目の調査結果から見えてきたこと。

1. 7つの因子とデザイン経営宣言

- ・デザイン経営宣言が目指した「ブランドに資するデザイン」と「イノベーションに資するデザイン」の双方が、7つの因子の中でしっかりと正の影響が見えたこと。
- ・デザイン経営においてはベースとしている「ユーザーコミュニケーション」の価値が非常に高くとらえられていたこと。

2. デザイン経営組織の特徴と評価

- ・上流（経営層）からデザインを重視 →デザイン経営群
- ・社内広くデザインを重視 →広義デザイン群

この二つの方向性で少し傾向が分かれているが、目指すは経営層も社内全体もデザインを重視する方向。

3. デザイン経営と知財の関係

- ・ほとんど関係が見えない。
要因・・・企業の経営戦略と知財活用が結びついていない？

→ 継続してパネル調査をしていくことは重要。

さらに、二年目の調査においては、少し上記観点を踏まえ、調査項目の追加が必要。