

# 経営サプリメント

各方面の専門家によるビジネスに役立つエッセンス

## 「デザイン経営」で生まれ変わる! 企業の明日 最新版デザイン活用【実践編】

近年、人の意識や行動を変える「デザイン力」は、あらゆる業界で注目されています。「デザイン経営」でのデザインは、「広義のデザイン」と言われるものがベースになっています。これは、商品やパッケージなど色や形をデザインする「狭義のデザイン」の幅をもう少し広げて捉え、開発側の企業だけでなく消費側のユーザーも含めて、価値を創造していくプロセス全体を領域とするデザインです。さらに、商品やサービスの価値創造に必要なビジネスモデルや組織・マネジメントへも踏み込んで、独自で優れた製品を生み出すプロセスや仕組みを構築し、戦略的に実行していくことが「デザイン経営」といえます。今までとの違いは、社内での「デザイン活用領域が大きく広がる」ところにあります。

### 「デザイン経営」に取り組むために

「「デザイン経営」宣言」<sup>(※1)</sup>によるとデザイン経営とは、「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」とあり、その投資効果については、「推進企業は強いパフォーマンスを発揮している、競争力が強く保たれている」などのデータが記されています。これはユーザー体験などを念頭に置いてプロセス全体をデザインすることで、より本質的なニーズに訴求できた結

果、価格以外の競争優位性を創出し、利益に繋がっているものと考えられます。

実践の条件とされるポイントは、①経営チームにデザイン責任者がいること、②事業戦略構築の最上流からデザインが関与すること、の2つです。複数の取り組みを一体的に実施することが望ましいとされ、具体的な取り組み内容は、以下の7項目からなっています。

- 1 デザイン責任者(CDO,CCO,CXO等)の経営チームへの参画
- 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
- 3 「デザイン経営」の推進組織の設置
- 4 デザイン手法による顧客の潜在ニーズの発見
- 5 アジャイル型開発<sup>(※2)</sup>プロセスの実施
- 6 採用および人材の育成
- 7 デザインの結果指標・プロセス指標の設計を工夫

「デザイン経営」の先行事例<sup>(※3)</sup>では、デザインが経営にもたらす価値やその特徴・推進、人材の育成や活用について先行企業のコメントが紹介され、デザインを経営の川上から取り入れる工夫、ブランドカ・イノベーション力の創出への思いや取り組みが語られています。



(※1) <http://www.meti.go.jp/press/2018/05/20180523002/20180523002-1.pdf>  
(※2) アジャイル開発は、短い期間で観察・仮説から実装・テストまでを繰り返し行いながら進める開発手法  
(※3) <http://www.meti.go.jp/press/2018/05/20180523002/20180523002-3.pdf>



有限会社 小野デザイン事務所  
取締役・グラフィックデザイナー  
おの ゆきこ  
**小野 由紀子**

秋田県よろず支援拠点 コーディネーター(中小企業庁)  
秋田県6次産業化プランナー

●略歴  
グラフィック・パッケージデザイン分野のデザイナー。福祉のものづくり・農業・シニア創業や暮らしの課題とデザインをつなぎ、誰もが自分らしく生きる社会に役立つデザインを目指している。  
平成27年11月から、秋田県よろず支援拠点コーディネーターとしてデザイン課題を中心に県内中小企業の様々な経営課題の支援を行っている。平成28年11月からは、秋田県6次産業化プランナーとして農業ビジネスにおけるデザイン課題の支援もを行っている。

## 「デザイン×経営」デザインを経営に活用する!

- 1 実践** 社内でデザインの活用意識を高める!  
話題になっている業界トピックや流行、開発中の商品について気付いたことなど、多角的視点から商品やデザインについて話し、共有する場や機会を増やしましょう。開発担当者やデザイナーと他部門とのコミュニケーションが円滑化され、自社商品への興味や理解が深まります。社内にクリエイティブな組織文化を醸成し、エンゲージメントの向上とブランディングの強化を図ります。
- 2 実践** 経営チームにデザイン責任者を置く!  
デザイン部門を社長直轄組織とするなど、デザインを経営の側に置きます。自社のシーズを使い、選ばれる独自の提供価値を開発するには、経営的判断が不可欠です。デザイン活用に関する迅速な意思決定は、スピードを求められる現代では高いパフォーマンスに繋がります。また、デザインはビジョンやブランドコンセプトを打ち出す際にも有効な手段となります。
- 3 実践** 開発の上流からデザイナーが参画!  
デザイナーを構想段階から参加させ顧客のインサイトや潜在的な課題の発見・掘り起こしなど顧客視点の発想を開発に役立てます。アイデアの創出や可視化などデザインの得意どころを存分に活用して、開発力を高めます。構想から販売までデザインを横串で通し、高い競争力と提供価値の創出に繋がります。
- 4 実践** ユーザーを巻き込んだ商品開発!  
顧客の潜在ニーズにフォーカスする観察手法を取り入れ、そこで得た気付きを開発に活かします。観察・仮説構築・試作・再仮説構築を短いサイクルで繰り返し、質とスピードを担保します。顧客も巻き込んでイノベーティブなアイデアを具体化し、市場に刺さる商品やサービスを開発します。

## 秋田発のイノベーティブな価値を創造!

ネットワークや情報が価値を生み台頭する近年、「デザイン経営」は有効な経営手法として注目されています。県内企業でも新たな販売市場を求めてプロダクト、パッケージ、販促、ブランディングなどデザインが活用され魅力的な商品が開発されています。デザインは新たに導入する

機械や設備と違い、すでに社内にもあり人が生み出すものです。今より少しだけデザインを広く解釈して経営の戦略としても活用してみませんか? 「デザイン経営」で顧客の潜在ニーズと自社シーズを繋いでカタチにし、秋田ならではのイノベーティブな商品を生み出しましょう。