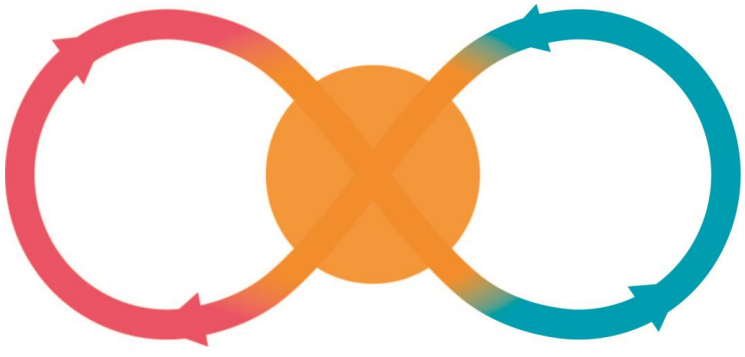
デザイン経営コンパス Ver.2

ワークショップ進行スライド



2024.7

特許庁
JAPAN PATENT OFFICE

本資料の構成

1．はじめに…… P.3

2．進行スライドについて …… P.7

3－1．①60分コース…… P.10

3－2．②120分コース…… P.38

3－3．③240分コース…… P.68

１．はじめに

（1）「デザイン経営コンパス」を活用いただく前に

- 「デザイン経営コンパス」は、以下のハンドブックに示すデザイン経営の考え方を基に作成した、デザイン経営実践支援ツールです。このツールを使用される前にハンドブックの一読をおすすめします。

『中小企業のためのデザイン経営ハンドブック
みんなのデザイン経営』

『中小企業のためのデザイン経営ハンドブック２
未来をひらくデザイン経営×知財』

（2）「デザイン経営コンパス」の構成

- 「デザイン経営コンパス Ver.2」は、「活用ガイド」「ワークシート」「ワークショップ進行スライド」の３つの資料で構成されています。
- デザイン経営コンパスを活用したワークショップを設計する際には、「ワークショップ実施レポート」も参考にしてみましょう。
- いずれの資料も特許庁のウェブサイト（デザイン経営実践支援ツール「デザイン経営コンパス」）からダウンロードが可能です。

「デザイン経営コンパス Ver.2」			「ワークショップ実施レポート」
「活用ガイド」	「ワークシート」	「進行スライド」	
• 基本的な活用方法を紹介したガイド。 • まずはこの資料をご一読ください。	• 活用ステップごとのワークシート。 • 改変も推奨しています。	• ワークショップ実施者向けの進行スライドのひな形。 • 進行用のセリフ例も掲載しています。	• ５地域で開催したワークショップのレポート。 • ワークショップ設計・運営の参考にしてください。

（３）「デザイン経営コンパス Ver.1」からの改良ポイント

- 「デザイン経営コンパス Ver.2」（活用ガイド、ワークシート、ワークショップ進行スライドの３つの資料で構成）は、2023年7月に公表した「デザイン経営コンパス」を一部改良したものです。
- 主な改良ポイントは以下のとおりです。

改良ポイント ❶

３つの到達目標を想定し、それぞれに標準プログラム（所要時間60分、120分、240分）を用意しました。

→ 活用ガイド「（４）「デザイン経営コンパス」の活用　③プログラムと到達目標」
→ 進行スライド（①60分コース、②120分コース、③240分コース）

改良ポイント ❷

デザイン経営の実践に向けた社内の相互理解やアクションの検討を促すためのシートとワークを追加しました。

→ ワークシート「STEP 1-3 現状把握（分析）」

改良ポイント ❸

デザイン経営への理解をより深められるよう、「デザイン経営ハンドブック２」等を活用した進行設計を施しました。

→ 進行スライド「③240分コース 2-3 発散のための情報収集」
→ 進行スライド「③240分コース 2-3 実践アイデアの発散」

２．進行スライドについて

ワークショップ進行スライドについて

- 本資料は、「デザイン経営コンパス」のワークショップの実施者用に作成したワークショップ進行スライドです。
- ワークショップのプログラムの所要時間別に、①６０分、②１２０分、③２４０分の各コース用のスライドのひな形を用意しています。
- PowerPoint版スライドのノート欄には、進行用のセリフ例も記載しています。
- プログラムの構成や進行スライド、進行用のセリフは、必要に応じて改変してお使いください。

ワークショップ進行スライドのファイル形式

- ワークシートのファイル形式は２種類です。

ファイル形式	特徴
PowerPoint版	必要に応じた改変（編集・加工）がしやすくなっています。
PDF版	PowerPoint版をPDF化したものです。

ワークショップのプログラムと到達目標の例

- ワークショップの標準的なプログラムと到達目標を以下に例示します。
- プログラムの構成は、この例に限らず、必要に応じて柔軟にご検討ください。

プログラム

60分コース

デザイン経営コンパスに記入のみ
＊１社で実施する場合など

STEP0	主旨説明	10分
STEP1	現状把握	15分
STEP2	深掘り・発散	25分
STEP3	活動検討	10分

120分コース

デザイン経営についての解説や参加者同士の共有を行う

STEP0	主旨説明 自己紹介など	20分
STEP1	現状把握	20分
STEP2	深掘り・発散	30分
STEP3	活動検討	20分
STEP4	意見交換・質疑	30分

240分コース

参加者の対話を促し、社内の相互理解や具体的な取組内容の検討を行う

STEP0	主旨説明 自己紹介など	20分
STEP1	現状把握	15分
	対話と課題整理	20分
STEP2	深掘り・発散	30分
	情報収集	35分
	意見交換・発散	60分
STEP3	活動検討	20分
STEP4	意見交換・質疑	30分

＊途中、10分間程度の休憩を挟みます。

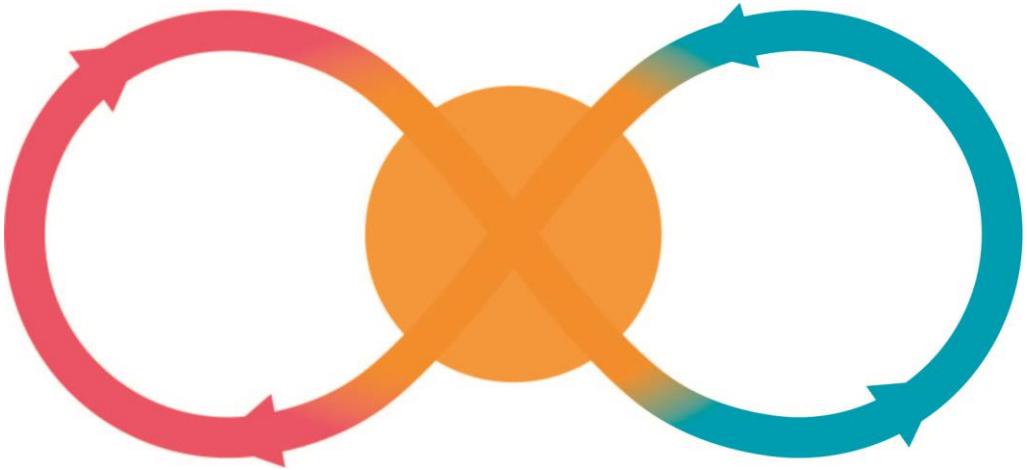
到達目標

- デザイン経営の取組について大まかにイメージが掴める

- デザイン経営についての理解が深まる
- 今後の取組について、いくつか案が生まれている

- 経営者と社員の間で問題意識や課題の相互理解が深まる
- デザイン経営を推進するための取組が具体的になる

３－１．①60分コース



「デザイン経営コンパス」ワークショップ

20XX.XX.XX

1.「デザイン経営コンパス」ワークショップの目的

「デザイン経営コンパス」ワークショップは、
デザイン経営の視点から

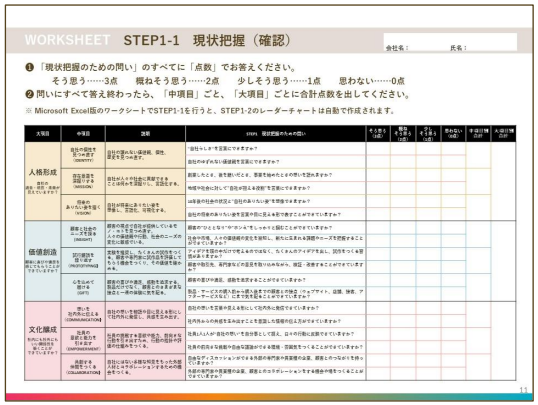
- ☑ 自社の「伸びしろ」を知り、
- ☑ 実践に向けて自社が考えるべきポイントを探り、
- ☑ 取り組むべき具体的なアクションを考える

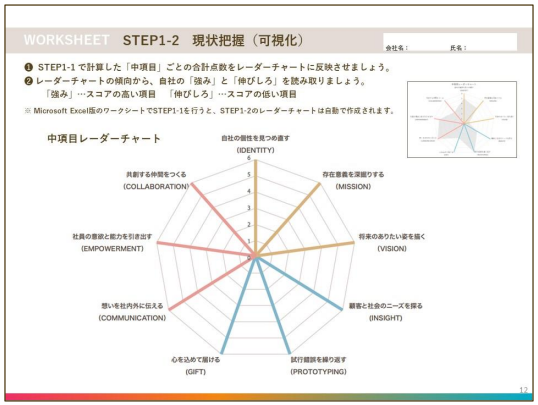
ことを目的としています。

2.「デザイン経営コンパス」について

- このワークショップでは、「デザイン経営コンパス」というツールを活用します。
- このツールは、いくつかのワークシートで構成されており、各シートの「問い」に回答することで、現状を見える化したり、取組の方向性を検討したりすることができます。
- このツールは、１度のワークでデザイン経営の方向性や具体的な取組を導くものではありません。定期的なワークによって、社員や支援者との対話を繰り返しながら発展させていただくことをおすすめします。

＜ワークシートの例＞





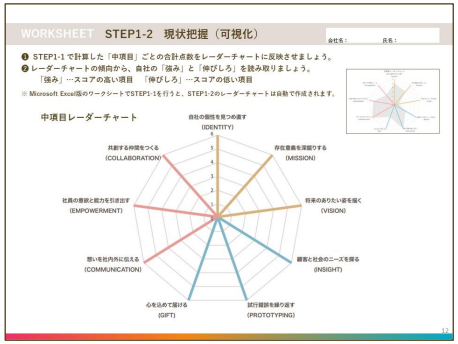
3.「デザイン経営コンパス」ワークショップの流れ

ワークショップは、以下の3ステップに沿って進めていきます。
所要時間は約60分です。

STEP 1

現状把握

「現状把握のための問い」に
選択回答し、レーダーチャート
で現状を把握

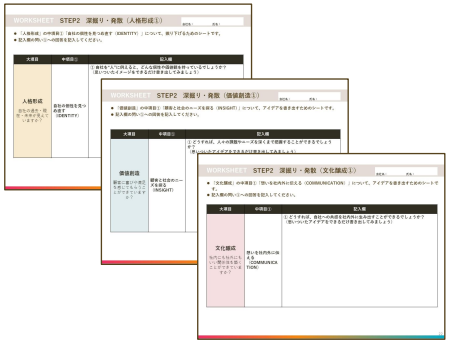


目安時間：15分

STEP 2

深掘り・発散

STEP1の結果を踏まえ、
「深掘り・発散のための問い」
に文章で回答

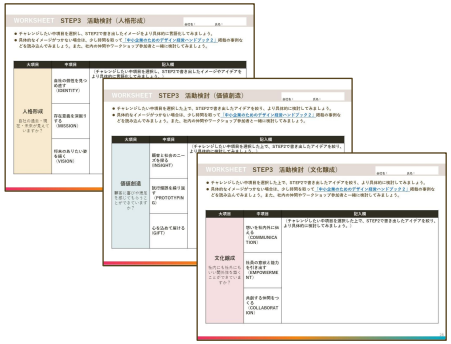


目安時間：25分

STEP 3

活動検討

STEP1、2を振り返り、
これから取り組むべき
アクションを検討



目安時間：10分

4.「デザイン経営」とは？　①取り組む意義

- 近年、社会課題の複雑化や新技術の登場、国内の市場・労働力の縮小、そして人々の価値観・行動の変容など、企業を取り巻く環境は大きく変化しています。（この5～10年で皆さんの周りにはどんな変化があったでしょうか？）
- こうした変化の荒波を前向きに乗り越えていく上で、徹底して「人間」に向き合い、企業のブランド力とイノベーション力を向上させる経営手法である「デザイン経営」の重要性が高まっています。
- 「デザイン経営」は、以下の図のように、「人格形成」を軸にした「文化醸成」と「価値創造」の３つのデザインの好循環によって実現するものです。

＜デザイン経営の好循環モデル＞

4.「デザイン経営」とは？　①取り組む意義（補足）

- デザイン経営における「３つのデザイン（人格形成、文化醸成、価値創造）」は、企業を取り巻く環境の変化の中で直面する課題に対応する営みです。

背景

社会や産業構造の大きな変化
（社会課題の複雑化、新技術の登場、市場・労働力の縮小、価値観の変化など）

課題

- 顧客や取引先、従業員や求職者からの共感・支持の獲得。
- 自社らしさや長期ビジョンなどの経営の根本的な軸の見つめ直し。
- 価格競争やOEMからの脱却による利益率の向上。収益の獲得。

求められるデザイン

仲間に向き合う
「文化醸成」
自社の想いや自社らしさを社内外に伝え、共感と共創の土壌を形成する営み

自己・自社に向き合う
「人格形成」
自社の想いや自社らしさを明確にし、未来の自社の姿を構想する営み

顧客・社会に向き合う
「価値創造」
自社の想いや自社らしさと顧客や社会のニーズを基に、魅力ある事業を創出する営み

4.「デザイン経営」とは？　②実践：デザインアクション

- デザイン経営を実践するための最初の手がかりとなるのは、人格形成・文化醸成・価値創造に対応する「９つのデザインアクション」です。
- これらのアクションは、企業の実践から学んだものです。
- どんな企業でも何かしらのアクションに取り組んでいるはずですが、自社の取組について意識的に考えてみたことはあるでしょうか？

＜９つのデザインアクション＞

文化醸成

- 想いを社内外に伝える COMMUNICATION
- 社員の意欲と能力を引き出す EMPOWERMENT
- 共創する仲間をつくる COLLABORATION

人格形成

- 自社の個性を見つめ直す IDENTITY
- 存在意義を深掘りする MISSION
- 将来のありたい姿を描く VISION

価値創造

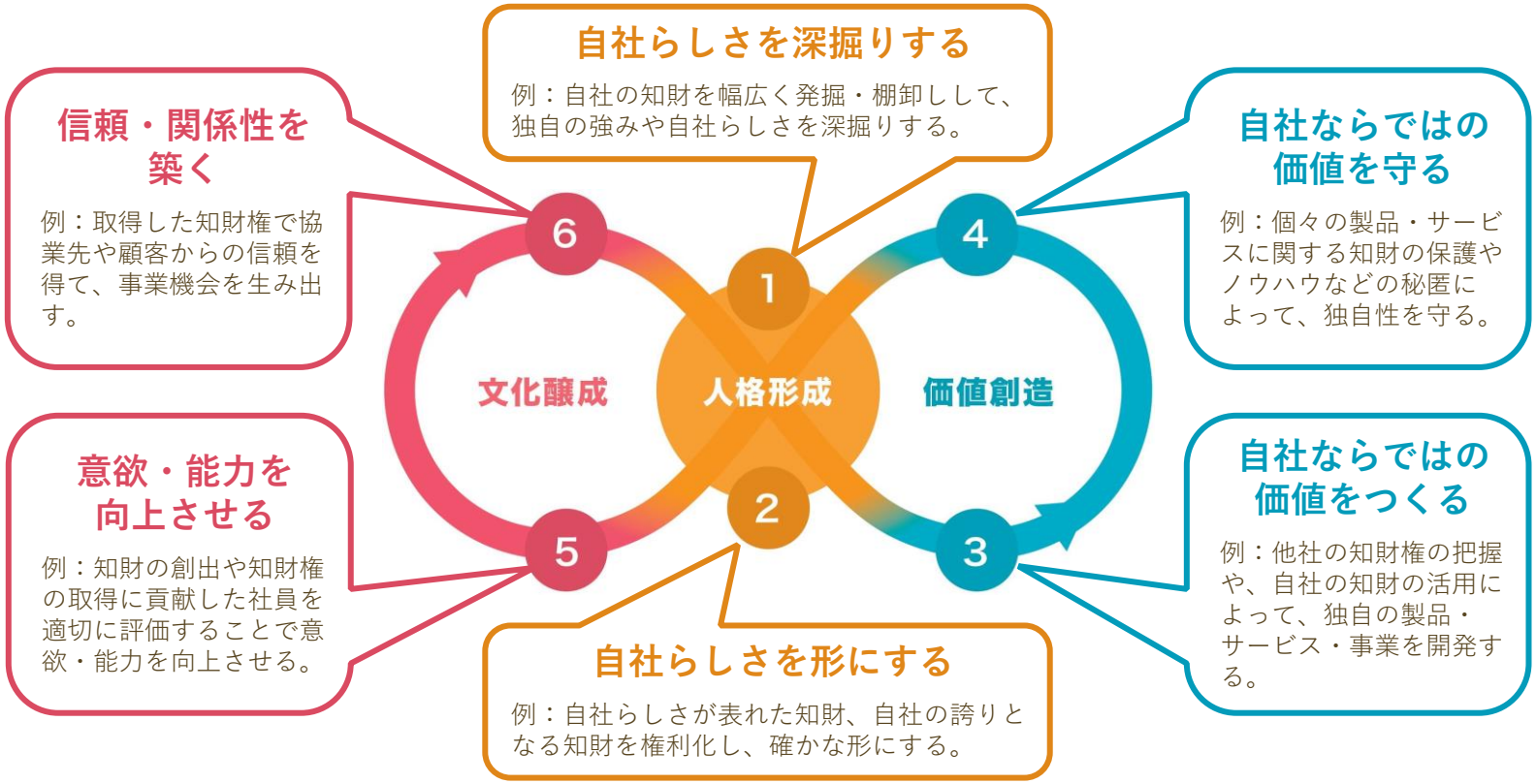
- 顧客と社会のニーズを探る INSIGHT
- 試行錯誤を繰り返す PROTOTYPING
- 心を込めて届ける GIFT

出典：特許庁『中小企業のためのデザイン経営ハンドブック２　～未来をひらくデザイン経営×知財～』

4.「デザイン経営」とは？　③実践：知財アクション

- デザイン経営は、“自社固有の経営資源”としての知的財産を幅広く生かす活動（知財アクション）によってさらに推進することができます。

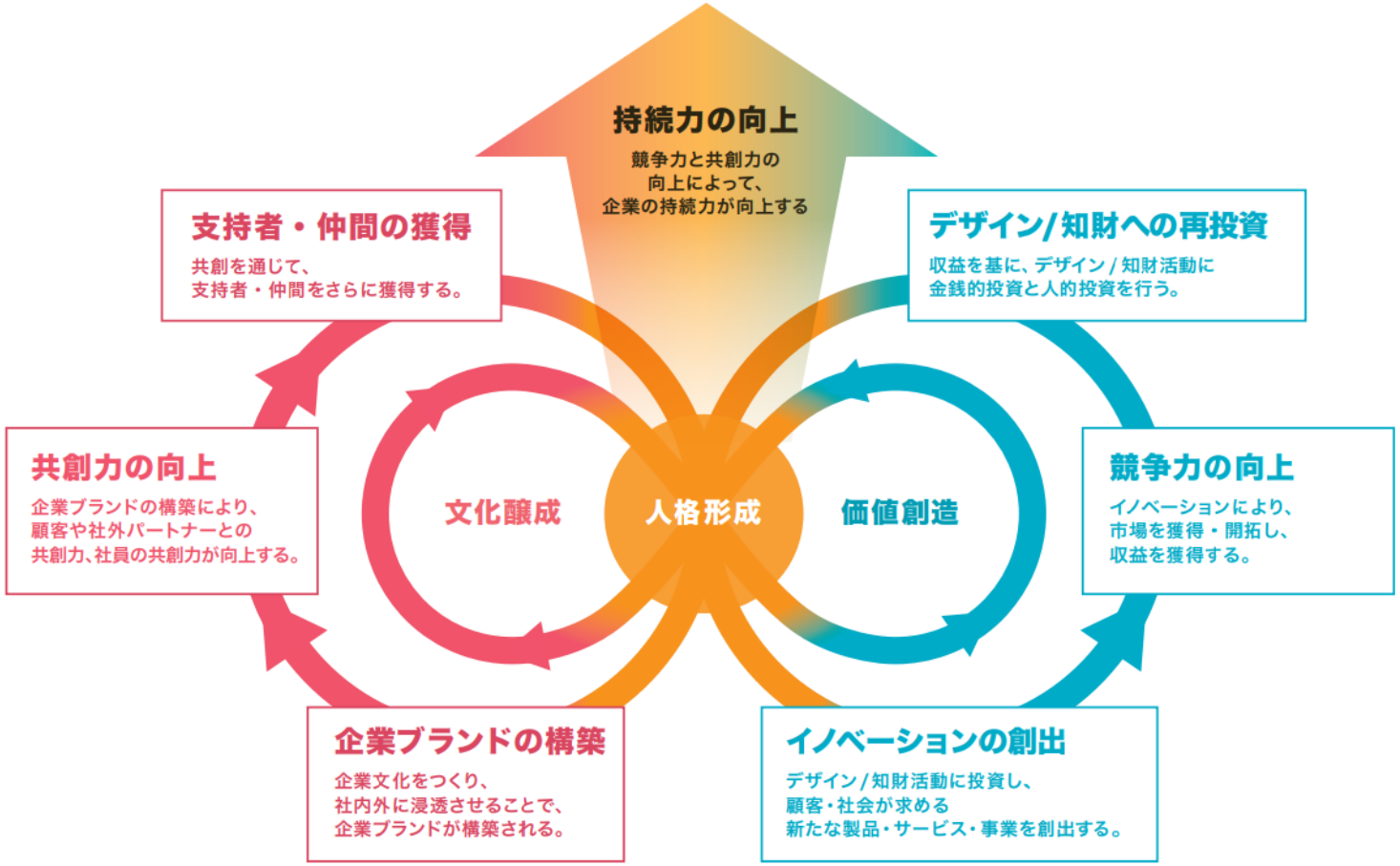
＜６つの知財アクション＞



出典：特許庁『中小企業のためのデザイン経営ハンドブック２　～未来をひらくデザイン経営×知財～』

4.「デザイン経営」とは？　④期待される効果

- デザイン経営の実践は、企業ブランドの構築やイノベーションの創出など、さまざまな効果をもたらし、企業の持続力の向上や成長に寄与します。

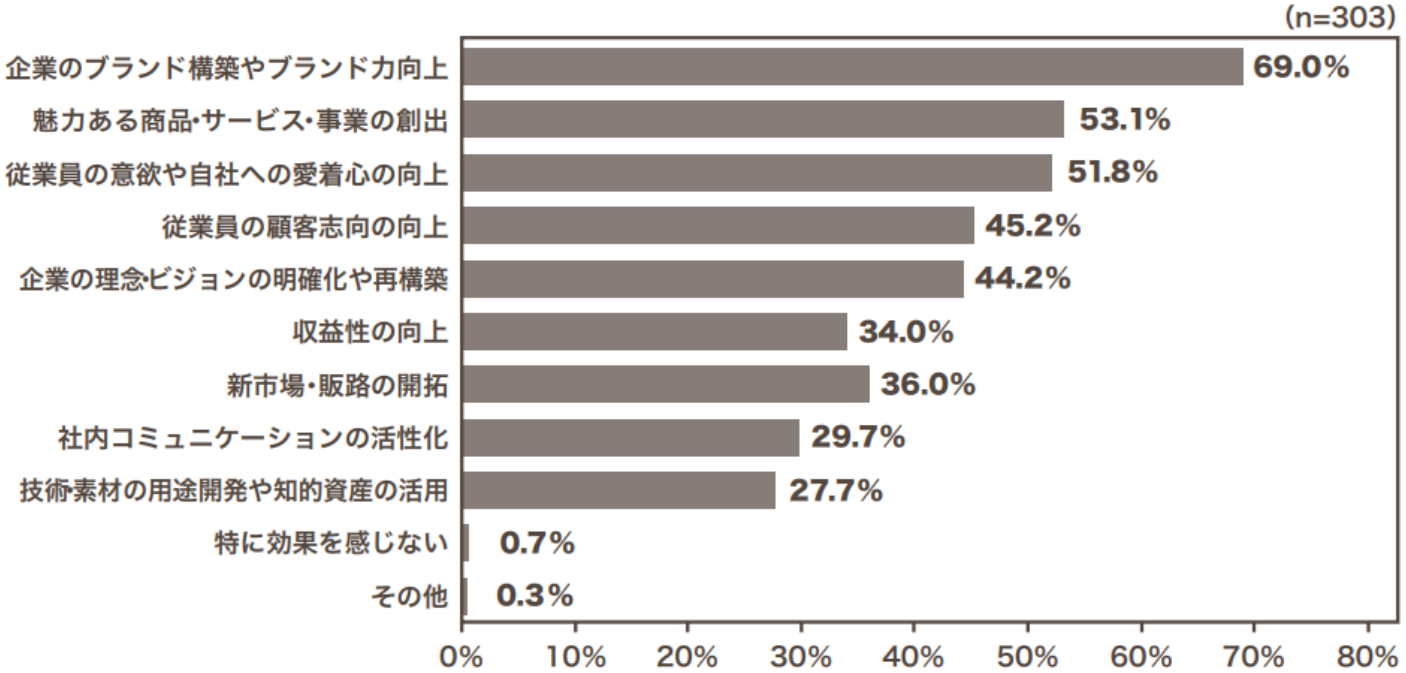


出典：特許庁『中小企業のためのデザイン経営ハンドブック２　～未来をひらくデザイン経営×知財～』

4.「デザイン経営」とは？　⑤グラフで見る効果

- デザイン経営が定着している中小企業が回答した「デザイン経営による効果」を見ると、企業ブランドの構築やイノベーションの創出、ビジョンの明確化のほか、従業員の愛着心や顧客志向の向上など、さまざまな効果が確認できます。

＜デザイン経営による効果＞



資料：(株)東京商工リサーチ「中小企業の経営理念・経営戦略に関するアンケート」
(注)1.複数回答のため、合計は必ずしも100%にならない。
2.デザイン経営について「既に取り組み定着している」と回答した企業を集計対象としている。

出典：中小企業庁「2022年版中小企業白書」

4.「デザイン経営」とは？　⑥中小企業などの取組事例

- 特許庁が発行した『中小企業のためのデザイン経営ハンドブック２』では、中小企業による実践事例と支援機関・企業による支援事例を紹介しています。

出典：特許庁『中小企業のためのデザイン経営ハンドブック２　～未来をひらくデザイン経営×知財～』

5. タイムスケジュール（例）

0:00～0:05［STEP 0］前段説明＆概要（本ツールの活用意義）

0:05～0:20［STEP 1］ 現状把握

「現状把握のための問い」に選択回答し、レーダーチャートで現場を把握

0:20～0:45［STEP 2］ 深掘り・発散

STEP1の結果を踏まえ、「深掘り・発散のための問い」に文章で回答

0:45～0:55［STEP 3］ 活動検討

STEP1・2を振り返り、これから取り組むべきアクションを検討

0:55～1:00 クロージング＆質疑

6. たくさんの気づきを得るためのコツ

以下を意識しながらワークに取り組むことで、
より多くの気づきを得ることにつながります。

- ✔ 「問い」に主語が記載されていない場合は、
  「自社で働く方々全員（経営陣、社員、準社員等）」を想定」したもの
  として捉えてください。

- ✔ 自分に求められている「正しい答えはなにか」と考えるのではなく、
  自分の思っていることや本音を書き込んでみてください。
  （結果の良し悪しでもなく、他人に評価される成績表でもありません。）

- ✔ 答えられない部分、書けない部分があっても気にする必要はありません。
  書けるところ、答えやすいところから取り組んで大丈夫です。

では、
いよいよワークです！

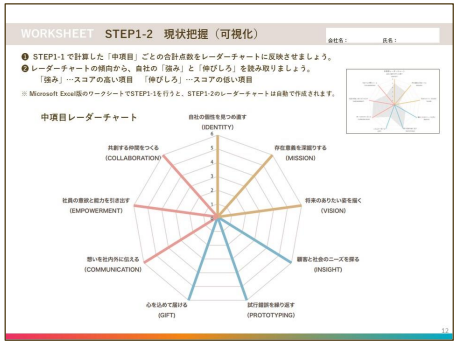
STEP 1　現状把握

「現状把握のための問い」に選択回答し、
レーダーチャートで自社の現状を把握していきます。

STEP 1

現状把握

「現状把握のための問い」に選択回答し、レーダーチャートで現状を把握

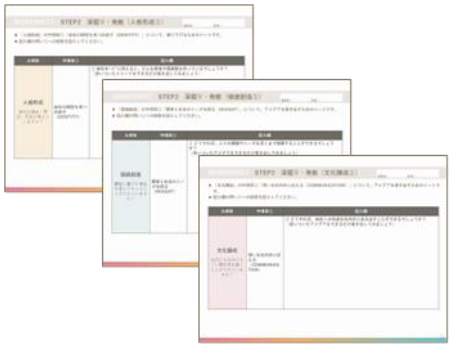


目安時間：15分

STEP 2

深掘り・発散

STEP1の結果を踏まえ、「深掘り・発散のための問い」に文章で回答

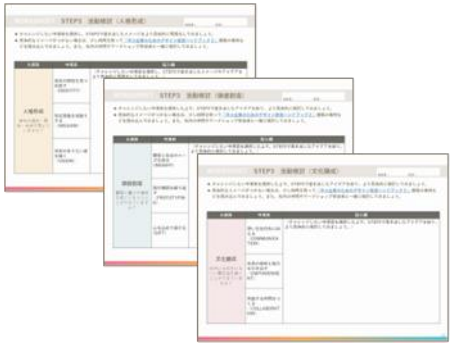


目安時間：25分

STEP 3

活動検討

STEP1、2を振り返り、これから取り組むべきアクションを検討

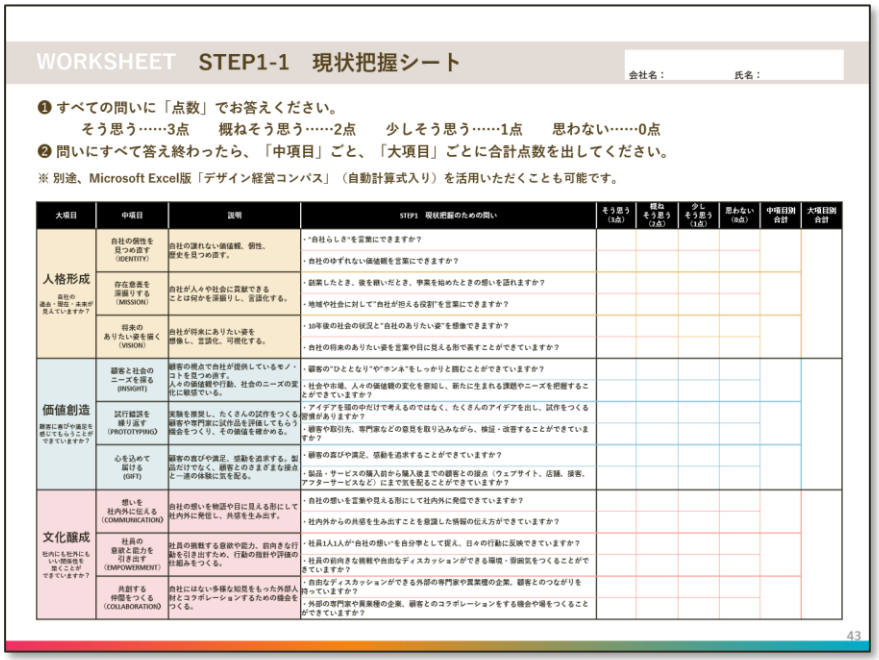


目安時間：10分

STEP 1 「現状把握」シートで傾向を捉える

STEP1-1のシートに記載された「問い」に回答（4段階評価）しましょう。
その上で、STEP1-2 を用いてレーダーチャート化しましょう。（目安時間：10分）

STEP1-1　現状把握（確認）



WORKSHEET　STEP1-1　現状把握シート

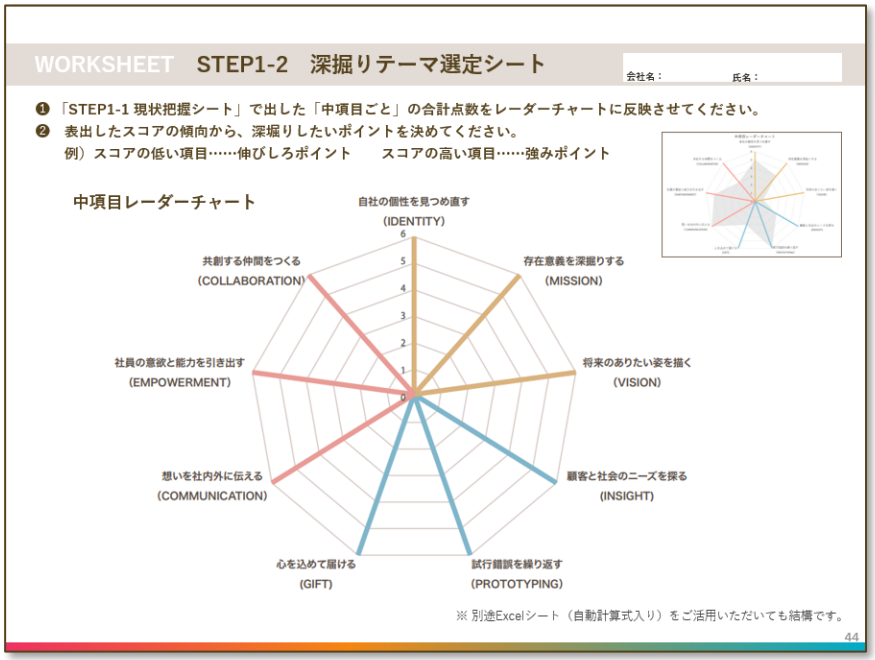
会社名：　　氏名：

❶ すべての問いに「点数」でお答えください。
　そう思う……3点　　概ねそう思う……2点　　少しそう思う……1点　　思わない……0点
❷ 問いにすべて答え終わったら、「中項目」ごと、「大項目」ごとに合計点数を出してください。
※ 別途、Microsoft Excel版「デザイン経営コンパス」（自動計算式入り）を活用いただくことも可能です。

大項目	中項目	説明	STEP1　現状把握のための問い	そう思う（3点）	概ねそう思う（2点）	ラしそう思う（1点）	思わない（0点）	中項目別合計	大項目別合計
人格形成 会社の過去・現在・未来が見えていますか？	自社の個性を見つめ直す（IDENTITY）	自社の誇れない価値観、個性、歴史を見つめ直す。	・"自社らしさ"を言葉にできますか？						
			・自社のゆずれない価値観を言葉にできますか？						
	存在意義を深掘りする（MISSION）	自社が人々や社会に貢献できることは何かを深掘りし、言語化する。	・創業したとき、後を継いだとき、事業を始めたときの想いを語れますか？						
			・地域や社会に対して"自社が担える役割"を言葉にできますか？						
	将来のありたい姿を描く（VISION）	自社が将来にありたい姿を想像し、言語化、可視化する。	・10年後の社会の状況と"自社のありたい姿"を想像できますか？						
			・自社の将来のありたい姿を言葉や目に見える形で表すことができていますか？						
価値創造 顧客に喜びや満足を感じてもらうことができていますか？	顧客と社会のニーズを探る（INSIGHT）	顧客の視点で自社が提供しているモノ・コトを見つめ直す。人々の価値観や行動、社会のニーズの変化に敏感でいる。	・顧客の"ひととなり"や"ホンネ"をしっかりと聞むことができていますか？						
			・社会や市場、人々の価値観の変化を察知し、新たに生まれる課題やニーズを把握することができていますか？						
	試行錯誤を繰り返す（PROTOTYPING）	実験を推奨し、たくさんの試作をつくる。顧客や専門家に試作品を評価してもらう機会をつくり、その価値を確かめる。	・アイデアを頭の中だけで考えるのではなく、たくさんのアイデアを出し、試作をつくる習慣がありますか？						
			・顧客や取引先、専門家などの意見を取り込みながら、検証・改善することができていますか？						
	心を込めて届ける（GIFT）	顧客の喜びや満足、感動を追求する。製品だけでなく、顧客とのさまざまな接点と一連の体験に気を配る。	・顧客の喜びや満足、感動を追求することができていますか？						
			・製品・サービスの購入前から購入後までの顧客との接点（ウェブサイト、店舗、接客、アフターサービスなど）にまで気を配ることができていますか？						
文化醸成 社内にも社外にもいい関係性を築くことができていますか？	想いを社内外に伝える（COMMUNICATION）	自社の想いを物語や目に見える形にして社内外に発信し、共感を生み出す。	・自社の想いを言葉や見える形にして社内外に発信できていますか？						
			・社内外からの共感を生み出すことを意識した情報の伝え方ができていますか？						
	社員の意欲と能力を引き出す（EMPOWERMENT）	社員の挑戦する意欲や能力、前向きな行動を引き出すため、行動の指針や評価の仕組みをつくる。	・社員1人1人が"自社の想い"を自分事として捉え、日々の行動に反映できていますか？						
			・社員の前向きな挑戦や自由なディスカッションができる環境・雰囲気をつくることができていますか？						
	共創する仲間をつくる（COLLABORATION）	自社にはない多様な知見をもった外部人材とコラボレーションするための機会をつくる。	・自由なディスカッションができる外部の専門家や異業種の企業、顧客とのつながりを持っていますか？						
			・外部の専門家や異業種の企業、顧客とのコラボレーションをする機会や場をつくることができていますか？						

43

STEP1-2　現状把握（可視化）



WORKSHEET　STEP1-2　深掘りテーマ選定シート

会社名：　　氏名：

❶「STEP1-1 現状把握シート」で出した「中項目ごと」の合計点数をレーダーチャートに反映させてください。
❷ 表出したスコアの傾向から、深掘りしたいポイントを決めてください。
　例）スコアの低い項目……伸びしろポイント　　スコアの高い項目……強みポイント

中項目レーダーチャート

※ 別途Excelシート（自動計算式入り）をご活用いただいても結構です。

44

STEP 1-3　自社の現状について共有する

STEP1-2のレーダーチャートを以下のような観点に留意しながら、グループ内で共有しましょう。なお、時間内に回答を出す必要はありません。（目安時間：5分）

異なる会社のグループメンバーで共有する場合

- レーダーチャートからどのような傾向が読み取れますか？
- その背景にあるのは何でしょうか？

同じ会社の異なる立場同士で共有する場合

- 共通点や違いはどこにありますか？
- その違いの背景にあるのは何でしょうか？

27

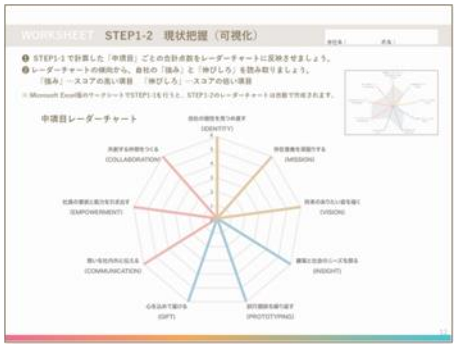
STEP 2　深掘り・発散

STEP1 の結果を踏まえ、
「深掘り・発散のための問い」に文章や言葉で回答していきます。

STEP 1

現状把握

「現状把握のための問い」に
選択回答し、レーダーチャート
で現状を把握

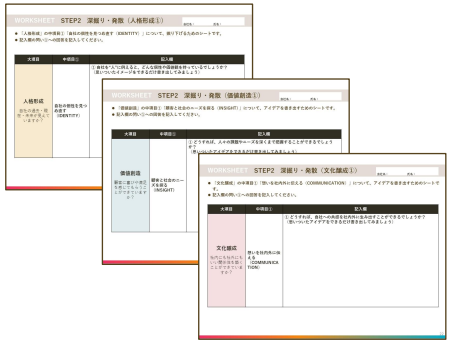


目安時間：15分

STEP 2

深掘り・発散

STEP1の結果を踏まえ、
「深掘り・発散のための問い」
に文章で回答

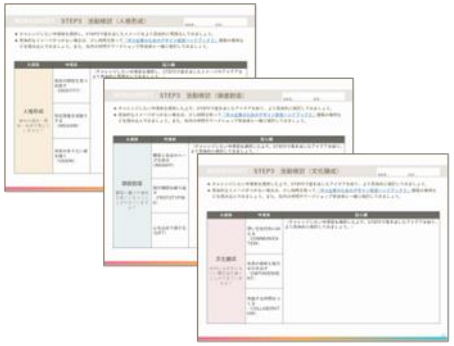


目安時間：25分

STEP 3

活動検討

STEP1、2を振り返り、
これから取り組むべき
アクションを検討



目安時間：10分

STEP 2 「深掘り・発散」シートで言語化する

深掘り・発散したい項目のワークシートを選択し、
記載されている「問い」に向き合いながら、あなたの想いや考え、アイデアを
本音で／自由に書いてみましょう（目安：25分）

WORKSHEET　STEP2　深掘り・発散（人格形成①）

会社名：　氏名：

- 「人格形成」の中項目①「自社の個性を見つめ直す（IDENTITY）」について、掘り下げるためのシートです。
- 記入欄の問い①への回答を記入してください。

大項目	中項目①	
人格形成 自社の過去・現在・未来が見えていますか？	自社の個性を見つめ直す（IDENTITY）	① 自社を“人”に例えると、ど （思いついたイメージをでき

WORKSHEET　STEP2　深掘り・発散（価値創造①）

会社名：　氏名：

- 「価値創造」の中項目①「顧客と社会のニーズを探る（INSIGHT）」について、アイデアを書き出すためのシートです。
- 記入欄の問い①への回答を記入してください。

大項目	中項目①	
価値創造 顧客に喜びや満足を感じてもらうことができていますか？	顧客と社会のニーズを探る（INSIGHT）	① どうすれば、人々の課題や か？ （思いついたアイデアをでき

WORKSHEET　STEP2　深掘り・発散（文化醸成①）

会社名：　氏名：

- 「文化醸成」の中項目①「想いを社内外に伝える（COMMUNICATION）」について、アイデアを書き出すためのシートです。
- 記入欄の問い①への回答を記入してください。

大項目	中項目①	記入欄
文化醸成 社内にも社外にもいい関係性を築くことができていますか？	想いを社内外に伝える（COMMUNICATION）	① どうすれば、自社への共感を社内外に生み出すことができるでしょうか？ （思いついたアイデアをできるだけ書き出してみましょう）

22

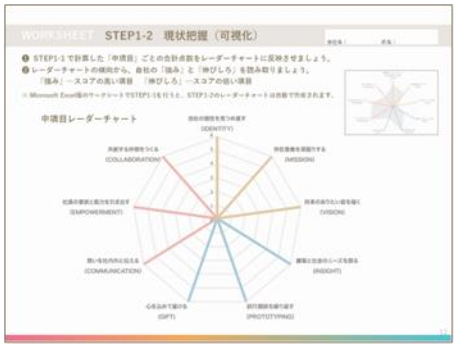
STEP 3　活動検討

STEP1、2を振り返り、
これから取り組むべきアクションを検討します。

STEP 1

現状把握

「現状把握のための問い」に
選択回答し、レーダーチャート
で現状を把握

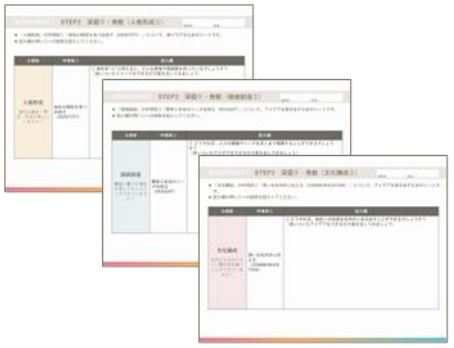


目安時間：15分

STEP 2

深掘り・発散

STEP1の結果を踏まえ、
「深掘り・発散のための問い」
に文章で回答



目安時間：25分

STEP 3

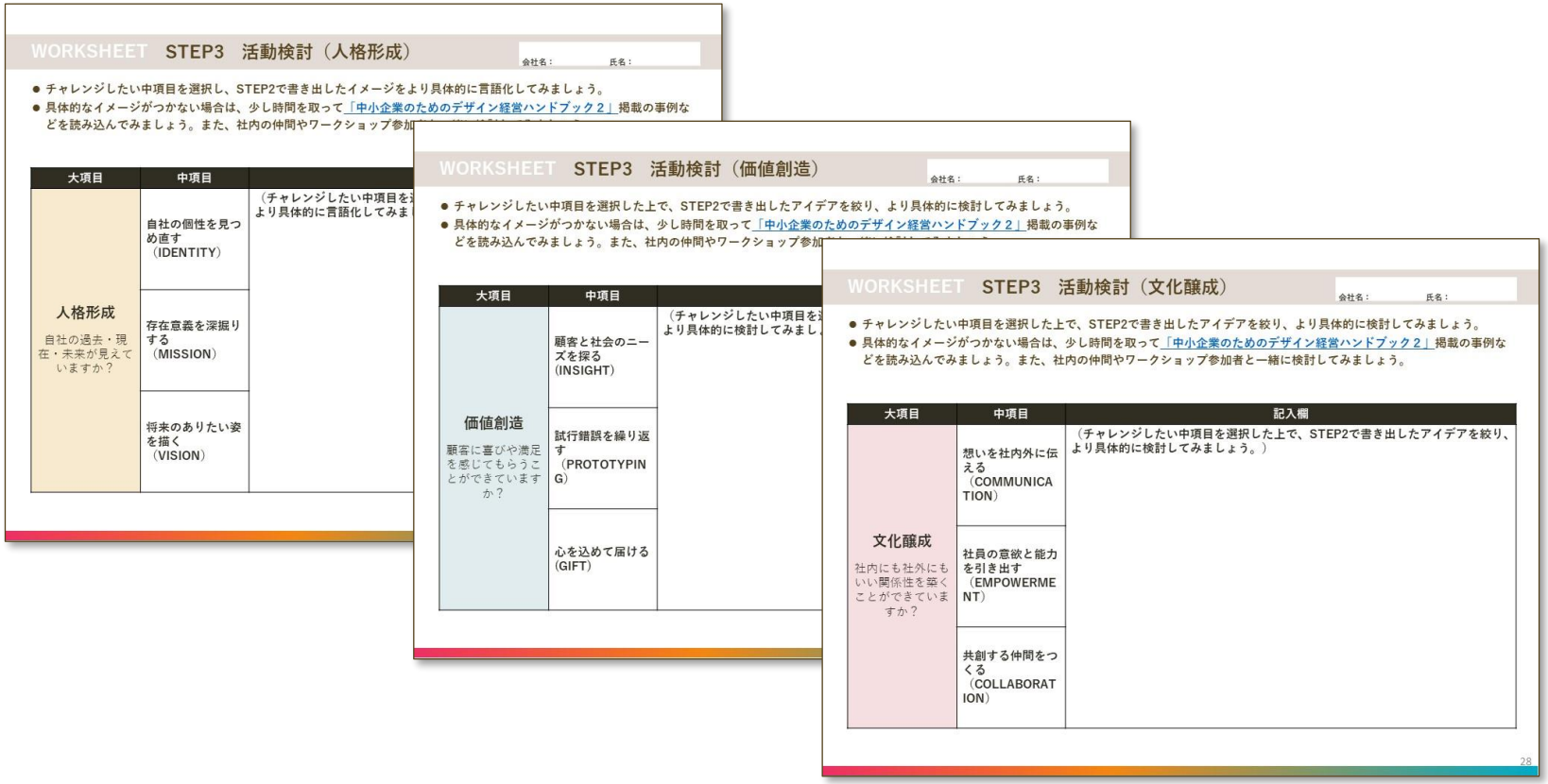
活動検討

STEP1、2を振り返り、
これから取り組むべき
アクションを検討

目安時間：10分

STEP 3　具体的な活動を検討する

チャレンジしたい項目（人格形成／価値創造／文化醸成）のワークシートを選択し、STEP 2で書き出した内容をより具体化してみましょう。（目安：10分）



WORKSHEET　STEP3　活動検討（人格形成）

会社名：　氏名：

- チャレンジしたい中項目を選択し、STEP2で書き出したイメージをより具体的に言語化してみましょう。
- 具体的なイメージがつかない場合は、少し時間を取って「中小企業のためのデザイン経営ハンドブック２」掲載の事例などを読み込んでみましょう。また、社内の仲間やワークショップ参加

大項目	中項目	
人格形成 自社の過去・現在・未来が見えていますか？	自社の個性を見つめ直す（IDENTITY）	（チャレンジしたい中項目を より具体的に言語化してみま
	存在意義を深掘りする（MISSION）	
	将来のありたい姿を描く（VISION）	

WORKSHEET　STEP3　活動検討（価値創造）

会社名：　氏名：

- チャレンジしたい中項目を選択した上で、STEP2で書き出したアイデアを絞り、より具体的に検討してみましょう。
- 具体的なイメージがつかない場合は、少し時間を取って「中小企業のためのデザイン経営ハンドブック２」掲載の事例などを読み込んでみましょう。また、社内の仲間やワークショップ参加

大項目	中項目	
価値創造 顧客に喜びや満足を感じてもらうことができていますか？	顧客と社会のニーズを探る（INSIGHT）	（チャレンジしたい中項目を より具体的に検討してみまし
	試行錯誤を繰り返す（PROTOTYPING）	
	心を込めて届ける（GIFT）	

WORKSHEET　STEP3　活動検討（文化醸成）

会社名：　氏名：

- チャレンジしたい中項目を選択した上で、STEP2で書き出したアイデアを絞り、より具体的に検討してみましょう。
- 具体的なイメージがつかない場合は、少し時間を取って「中小企業のためのデザイン経営ハンドブック２」掲載の事例などを読み込んでみましょう。また、社内の仲間やワークショップ参加者と一緒に検討してみましょう。

大項目	中項目	記入欄
文化醸成 社内にも社外にもいい関係性を築くことができていますか？	想いを社内外に伝える（COMMUNICATION）	（チャレンジしたい中項目を選択した上で、STEP2で書き出したアイデアを絞り、より具体的に検討してみましょう。）
	社員の意欲と能力を引き出す（EMPOWERMENT）	
	共創する仲間をつくる（COLLABORATION）	

28

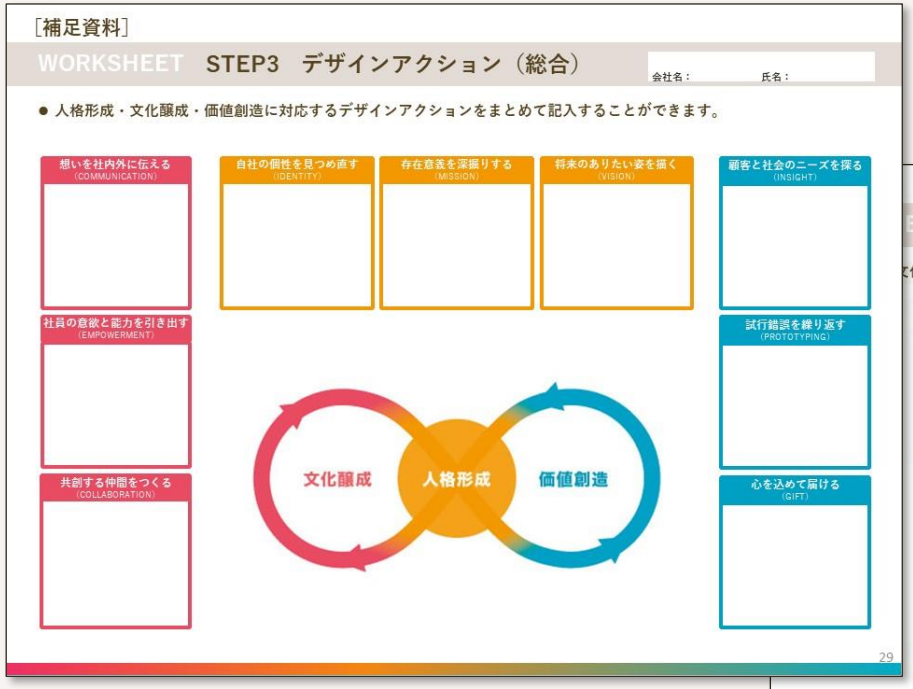
STEP 3　活動検討のヒント（参考資料）

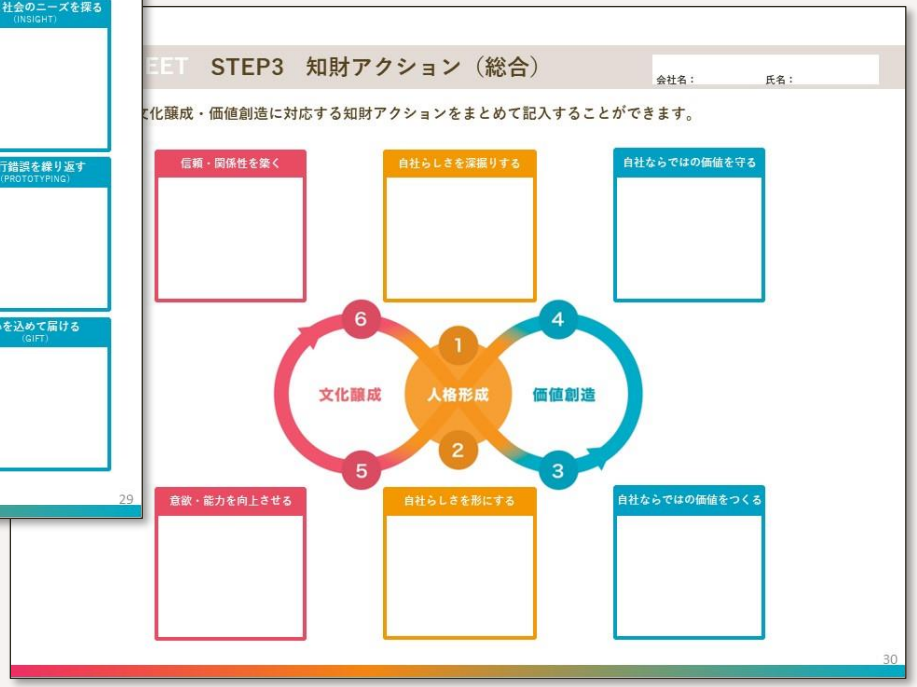
STEP 1～2 のワークで絞り込んだ課題を解決する具体的な活動の方向性を検討するためのヒントです。

	デザインアクション検討のヒント	知財アクション検討のヒント
人格形成	□ 創業時の問題意識や背景、会社の歴史を編纂し、譲れない価値観、個性を見つめ直す。 □ 顧客や取引先、地域の声に対するインタビューを行い、自社が社会に貢献できることについて深掘りする。 □ デザイナーなどと連携し、顧客や社会の変化を検討した上で、自社が将来に目指す姿を想像し、言語化、可視化する。	□ 自社の知財を幅広く発掘・棚卸しして、自社の独自性や自社らしさを深掘りする。 □ 自社らしさが表れた知財、自社の誇りとなる知財を権利化し、確かな形にする。
価値創造	□ 顧客の視点で自社が提供しているモノ・コトを見つめ直す。人々の価値観や行動、社会のニーズの変化に敏感でいる。 □ 実験を推奨し、たくさんの試作をつくる。顧客や専門家に試作品を評価してもらう機会をつくり、その価値を確かめる。 □ 顧客の喜びや満足、感動を追求する。製品だけでなく、顧客とのさまざまな接点と一連の体験に気を配る。	□ 他社の知財権の把握や、自社の知財の活用によって、独自の製品・サービスを開発する。 □ 個々の製品・サービスに関する知財の保護やノウハウなどの秘匿によって、独自性を守る。
文化醸成	□ 自社の想いを物語や目に見える形にして社内外に発信し、共感を生み出す。 □ 社員の挑戦する意欲や能力、前向きな行動を引き出すため、行動の指針や評価の仕組みをつくる。 □ 自社にはない多様な知見をもった外部人材とコラボレーションするための機会をつくる。	□ 知財の創出や知財権の取得に貢献した社員を適切に評価することで意欲・能力を向上させる。 □ 取得した知財権で協業先や顧客からの信頼を得て、事業機会を生み出す。

STEP 3　活動検討（参考資料）

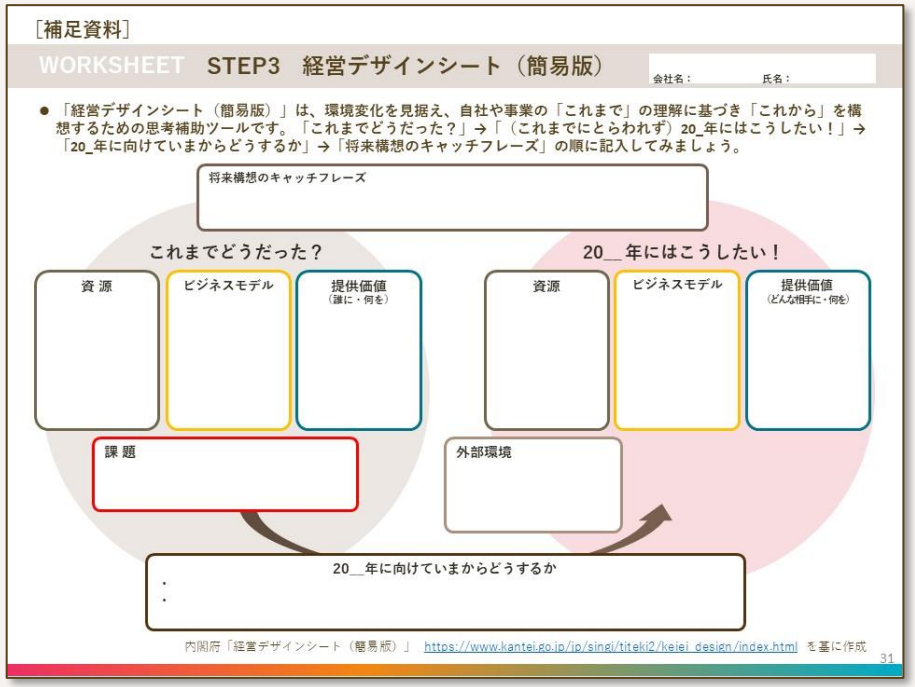
デザイン経営の３つの要素（人格形成・文化醸成・価値創造）に対応するデザインアクションと知財アクションを一覧で記入できるワークシートもあります。





STEP 3　活動検討（参考資料）

内閣府が公表した「経営デザインシート」は、将来を構想するための思考補助ツールです。
シートに記入していくことで言語化されていく将来構想は、後継者や従業員、金融機関や支援機関など社内外の多くのステークホルダーとの対話ツールにもなります。



※内閣府「経営デザインシート（簡易版）」を基に作成

「経営デザインシート」の詳細は、以下のリンク先をご覧ください。

■内閣府「経営をデザインする」

■日本知財学会経営デザイン分科会

（参考）知財について調べたい場合は？

調べる ➡ 「J-PlatPat　特許情報プラットフォーム」

ジェイ プラット パット

「J-PlatPat」とは？

特許・意匠・商標などの知的財産権や
出願情報など、いわゆる「知財情報」を
インターネットで無料で調べることができる。

できること

特許・実用新案・意匠・商標などの
番号やキーワードでの検索で、
他社の権利調査ができます！

https://www.j-platpat.inpit.go.jp/

（参考）知財支援を受けたい場合は？

相談する ➡ 「知財総合支援窓口」

「知財総合支援窓口」とは？

全国47都道府県に設置している地域密着型の無料相談窓口。中小企業等が抱える経営課題を解決するため、専門家及び関係支援機関と連携して知財の側面から支援を実施。

できること

窓口の支援担当者からのアドバイスや各分野の専門家※からのアドバイスを受けられます！

※弁理士、弁護士、ブランド専門家、デザイナーなど

https://chizai-portal.inpit.go.jp/

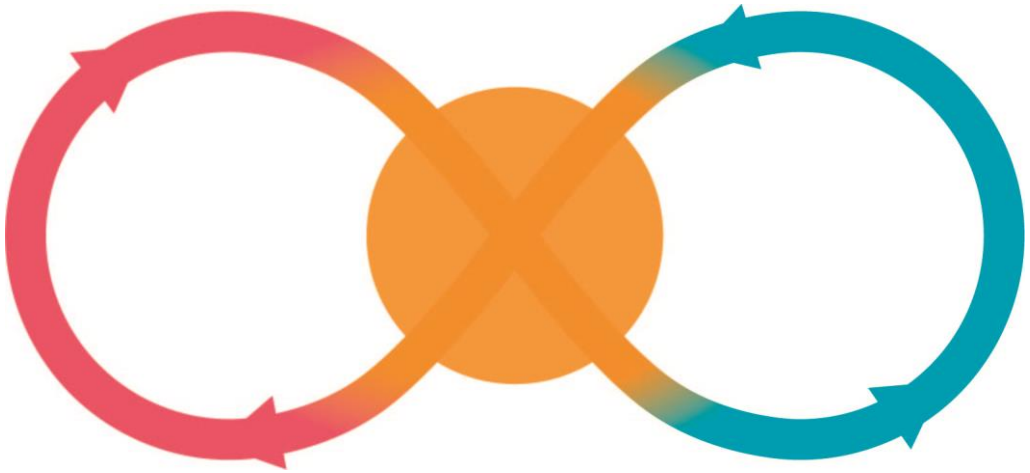
おつかれさまでした！

おすすめしたい今後のアクション

定期的・継続的に
コンパスを活用

他の経営陣や従業員と
コンパスで対話

３－２．②120分コース



「デザイン経営コンパス」ワークショップ

20XX.XX.XX

1.「デザイン経営コンパス」ワークショップの目的

「デザイン経営コンパス」ワークショップは、
デザイン経営の視点から

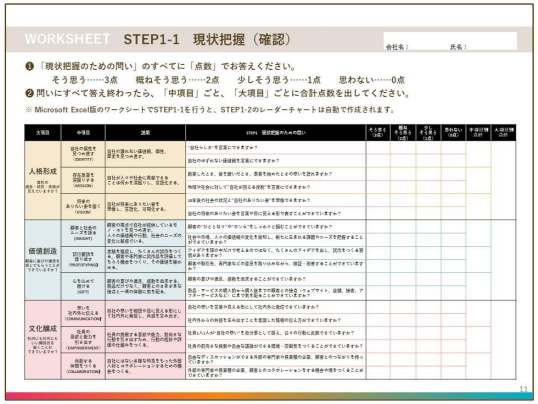
- ☑ 自社の「伸びしろ」を知り、
- ☑ 実践に向けて自社が考えるべきポイントを探り、
- ☑ 取り組むべき具体的なアクションを考える

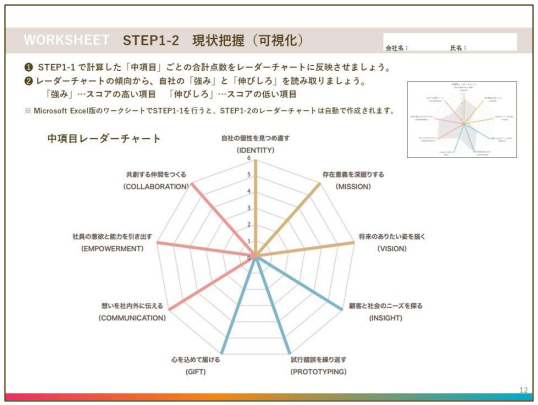
ことを目的としています。

2.「デザイン経営コンパス」について

- このワークショップでは、「デザイン経営コンパス」というツールを活用します。
- このツールは、いくつかのワークシートで構成されており、各シートの「問い」に回答することで、現状を見える化したり、取組の方向性を検討したりすることができます。
- このツールは、１度のワークでデザイン経営の方向性や具体的な取組を導くものではありません。定期的なワークによって、社員や支援者との対話を繰り返しながら発展させていただくことをおすすめします。

＜ワークシートの例＞





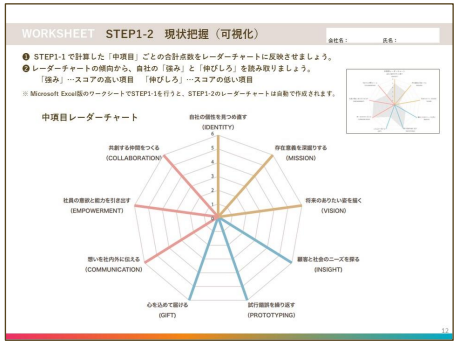
3.「デザイン経営コンパス」ワークショップの流れ

ワークショップは、以下の3ステップに沿って進めていきます。
所要時間は約120分です。

STEP 1

現状把握

「現状把握のための問い」に選択回答し、レーダーチャートで現状を把握

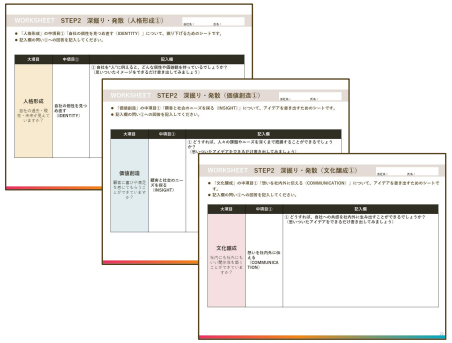


目安時間：20分

STEP 2

深掘り・発散

STEP1の結果を踏まえ、「深掘り・発散のための問い」に文章で回答

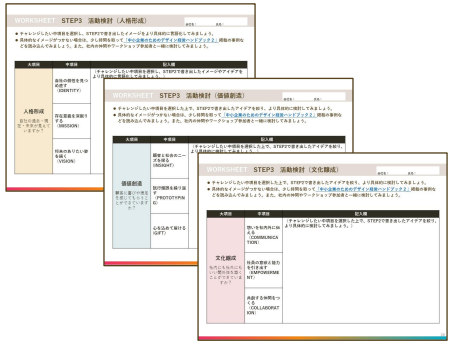


目安時間：30分

STEP 3

活動検討

STEP1、2を振り返り、これから取り組むべきアクションを検討



目安時間：20分

全体発表・意見交換

4.「デザイン経営」とは？　①取り組む意義

- 近年、社会課題の複雑化や新技術の登場、国内の市場・労働力の縮小、そして人々の価値観・行動の変容など、企業を取り巻く環境は大きく変化しています。（この5～10年で皆さんの周りにはどんな変化があったでしょうか？）
- こうした変化の荒波を前向きに乗り越えていく上で、徹底して「人間」に向き合い、企業のブランド力とイノベーション力を向上させる経営手法である「デザイン経営」の重要性が高まっています。
- 「デザイン経営」は、以下の図のように、「人格形成」を軸にした「文化醸成」と「価値創造」の３つのデザインの好循環によって実現するものです。

＜デザイン経営の好循環モデル＞

4.「デザイン経営」とは？　①取り組む意義（補足）

- デザイン経営における「３つのデザイン（人格形成、文化醸成、価値創造）」は、企業を取り巻く環境の変化の中で直面する課題に対応する営みです。

背景

社会や産業構造の大きな変化
（社会課題の複雑化、新技術の登場、市場・労働力の縮小、価値観の変化など）

課題

顧客や取引先、従業員や求職者からの共感・支持の獲得。	自社らしさや長期ビジョンなどの経営の根本的な軸の見つめ直し。	価格競争やOEMからの脱却による利益率の向上。収益の獲得。

求められるデザイン

仲間に向き合う 「文化醸成」 自社の想いや自社らしさを社内外に伝え、共感と共創の土壌を形成する営み	自己・自社に向き合う 「人格形成」 自社の想いや自社らしさを明確にし、未来の自社の姿を構想する営み	顧客・社会に向き合う 「価値創造」 自社の想いや自社らしさと顧客や社会のニーズを基に、魅力ある事業を創出する営み

4.「デザイン経営」とは？　②実践：デザインアクション

- デザイン経営を実践するための最初の手がかりとなるのは、人格形成・文化醸成・価値創造に対応する「９つのデザインアクション」です。
- これらのアクションは、企業の実践から学んだものです。
- どんな企業でも何かしらのアクションに取り組んでいるはずですが、自社の取組について意識的に考えてみたことはあるでしょうか？

＜９つのデザインアクション＞

文化醸成

- 想いを社内外に伝える COMMUNICATION
- 社員の意欲と能力を引き出す EMPOWERMENT
- 共創する仲間をつくる COLLABORATION

人格形成

- 自社の個性を見つめ直す IDENTITY
- 存在意義を深掘りする MISSION
- 将来のありたい姿を描く VISION

価値創造

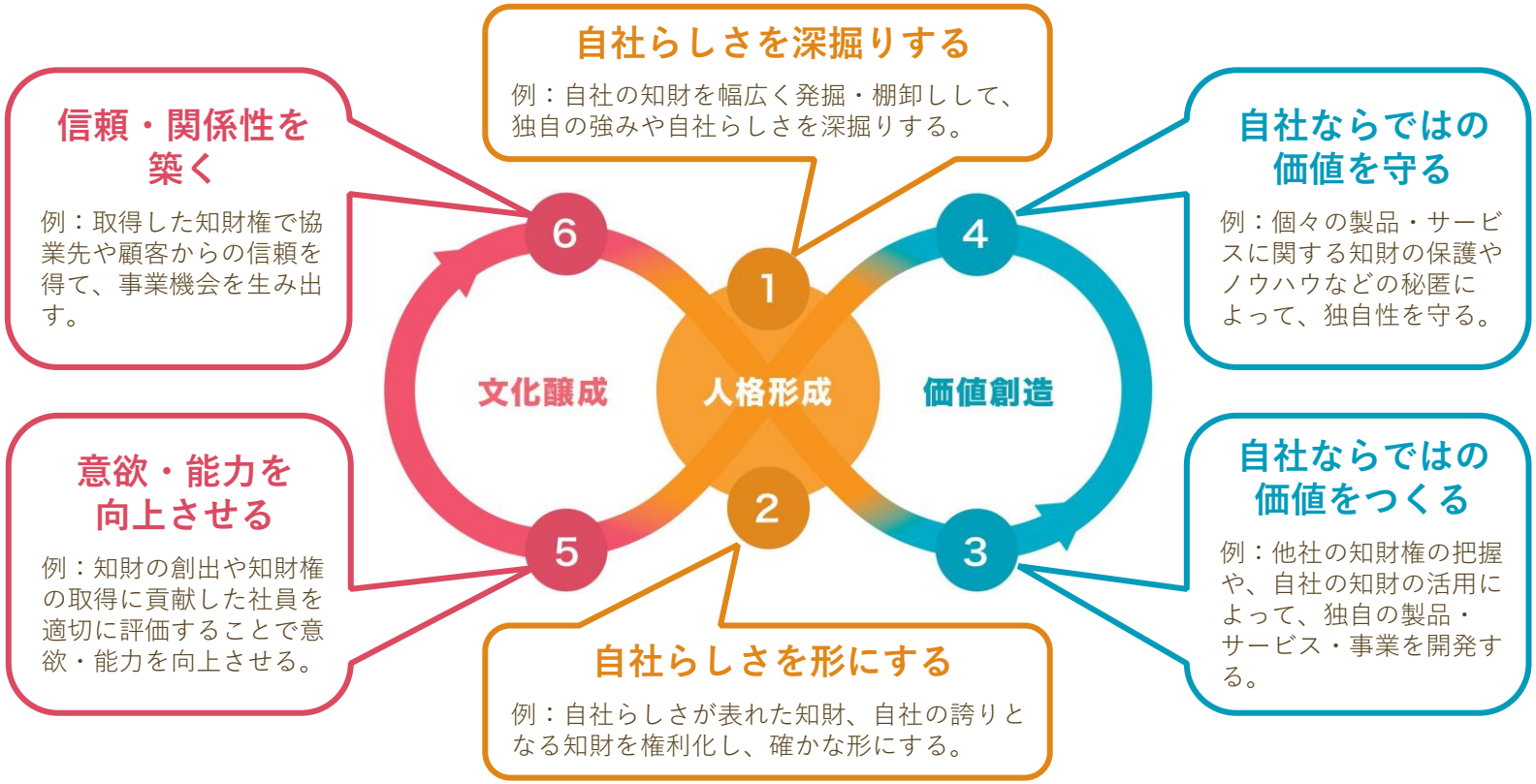
- 顧客と社会のニーズを探る INSIGHT
- 試行錯誤を繰り返す PROTOTYPING
- 心を込めて届ける GIFT

出典：特許庁『中小企業のためのデザイン経営ハンドブック２　～未来をひらくデザイン経営×知財～』

4.「デザイン経営」とは？　③実践：知財アクション

- デザイン経営は、“自社固有の経営資源”としての知的財産を幅広く生かす活動（知財アクション）によってさらに推進することができます。

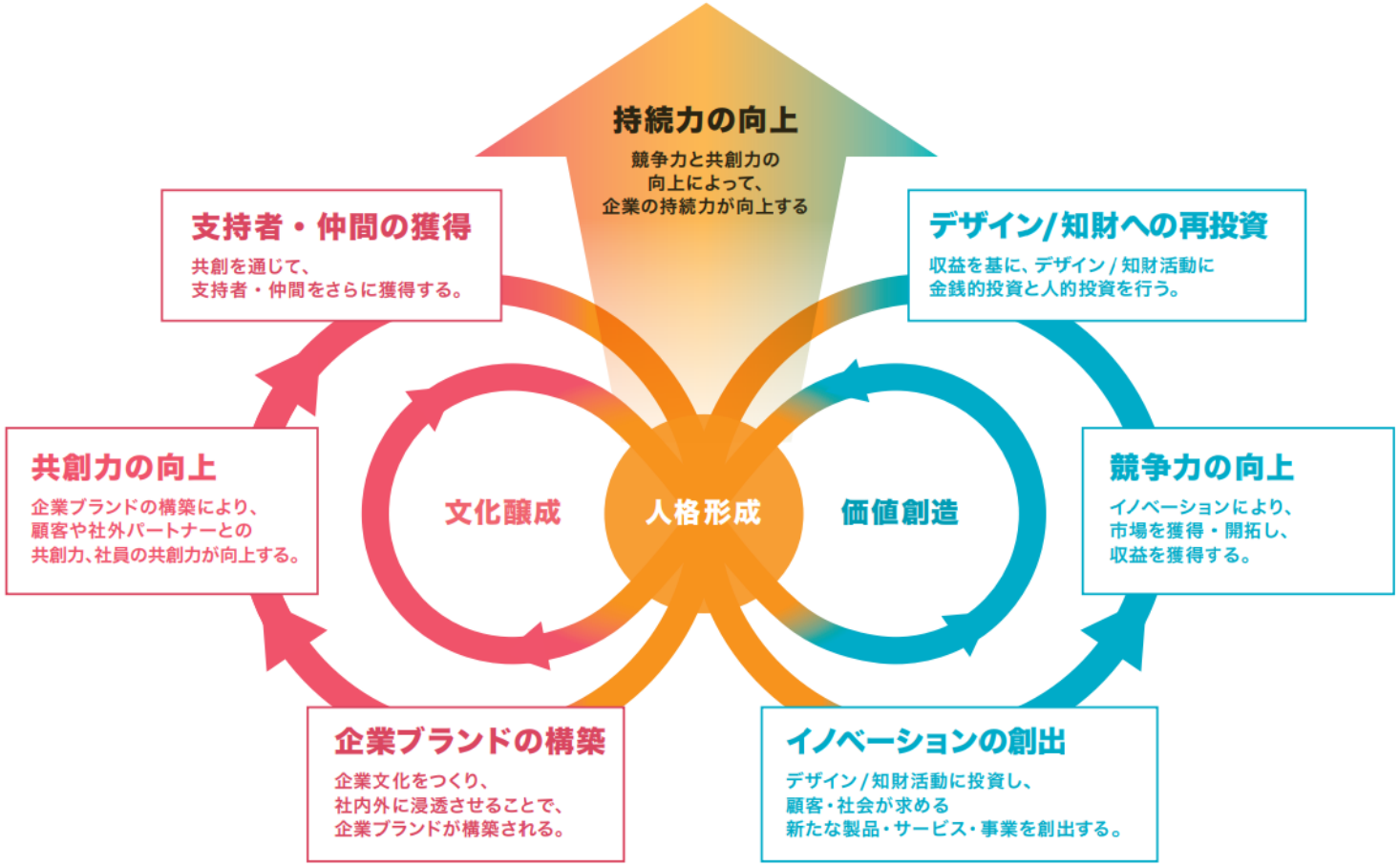
＜６つの知財アクション＞



出典：特許庁『中小企業のためのデザイン経営ハンドブック２　～未来をひらくデザイン経営×知財～』

4.「デザイン経営」とは？　④期待される効果

- デザイン経営の実践は、企業ブランドの構築やイノベーションの創出など、さまざまな効果をもたらし、企業の持続力の向上や成長に寄与します。

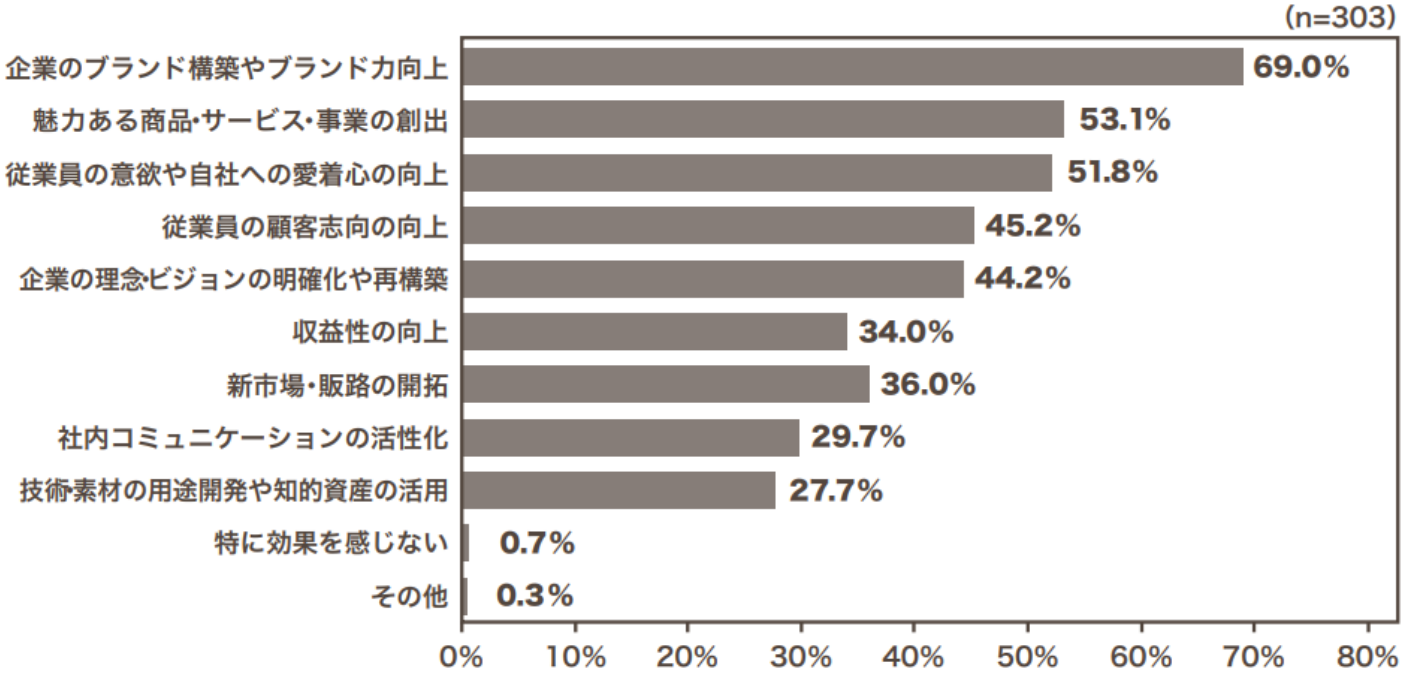


出典：特許庁『中小企業のためのデザイン経営ハンドブック２　～未来をひらくデザイン経営×知財～』

4.「デザイン経営」とは？　⑤グラフで見る効果

- デザイン経営が定着している中小企業が回答した「デザイン経営による効果」を見ると、企業ブランドの構築やイノベーションの創出、ビジョンの明確化のほか、従業員の愛着心や顧客志向の向上など、さまざまな効果が確認できます。

＜デザイン経営による効果＞



資料：(株)東京商工リサーチ中小企業の経営理念・経営戦略に関するアンケート」

(注)1.複数回答のため、合計は必ずしも100%にならない。
2.デザイン経営について「既に取り組み定着している」と回答した企業を集計対象としている。

出典：中小企業庁「2022年版中小企業白書」

4.「デザイン経営」とは？　⑥中小企業などの取組事例

- 特許庁が発行した『中小企業のためのデザイン経営ハンドブック２』では、中小企業による実践事例と支援機関・企業による支援事例を紹介しています。

出典：特許庁『中小企業のためのデザイン経営ハンドブック２　～未来をひらくデザイン経営×知財～』

5. タイムスケジュール（例）

0:00～0:10［STEP 0］前段説明＆概要（本ツールの活用意義）

0:10～0:20 参加者自己紹介

0:20～0:40［STEP 1］ 現状把握

「現状把握のための問い」に選択回答し、レーダーチャートで現場を把握

0:40～1:10［STEP 2］ 深掘り・発散

STEP1の結果を踏まえ、「深掘り・発散のための問い」に文章で回答

1:10～1:30［STEP 3］ 活動検討

STEP1・2を振り返り、これから取り組むべきアクションを検討

1:30～1:50 参加者同士での発表と意見交換

1:50～2:00 クロージング＆質疑

6. たくさんの気づきを得るためのコツ

以下を意識しながらワークに取り組むことで、
より多くの気づきを得ることにつながります。

- ✔ 「問い」に主語が記載されていない場合は、
  「自社で働く方々全員（経営陣、社員、準社員等）」を想定」したもの
  として捉えてください。

- ✔ 自分に求められている「正しい答えはなにか」と考えるのではなく、
  自分の思っていることや本音を書き込んでみてください。
  （結果の良し悪しでもなく、他人に評価される成績表でもありません。）

- ✔ 答えられない部分、書けない部分があっても気にする必要はありません。
  書けるところ、答えやすいところから取り組んで大丈夫です。

自己紹介をしましょう

ワークショップを開始するにあたって、
１人１分程度で、簡単に自己紹介をお願いします。

❶ 所属企業（あるいは所属部署）とお名前

❷ 事業内容（あるいは日頃の仕事内容）

❸ 参加するにあたっての意気込みや問題意識

今日、参加される皆さんは共にデザイン経営に取り組む仲間です。
異なる組織、立場だからこその自分にはない考え方や視点から
学び合いましょう。

では、
いよいよワークです！

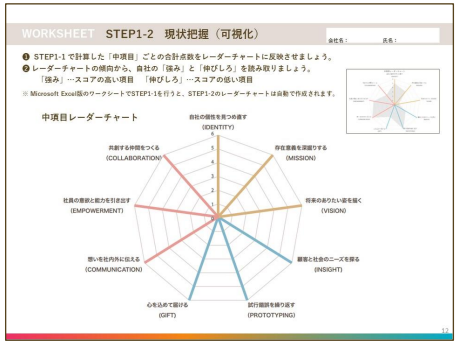
STEP 1　現状把握

「現状把握のための問い」に選択回答し、
レーダーチャートで自社の現状を把握していきます。

STEP 1

現状把握

「現状把握のための問い」に選択回答し、レーダーチャートで現状を把握



目安時間：20分

STEP 2

深掘り・発散

STEP1の結果を踏まえ、「深掘り・発散のための問い」に文章で回答

目安時間：30分

STEP 3

活動検討

STEP1、2を振り返り、これから取り組むべきアクションを検討

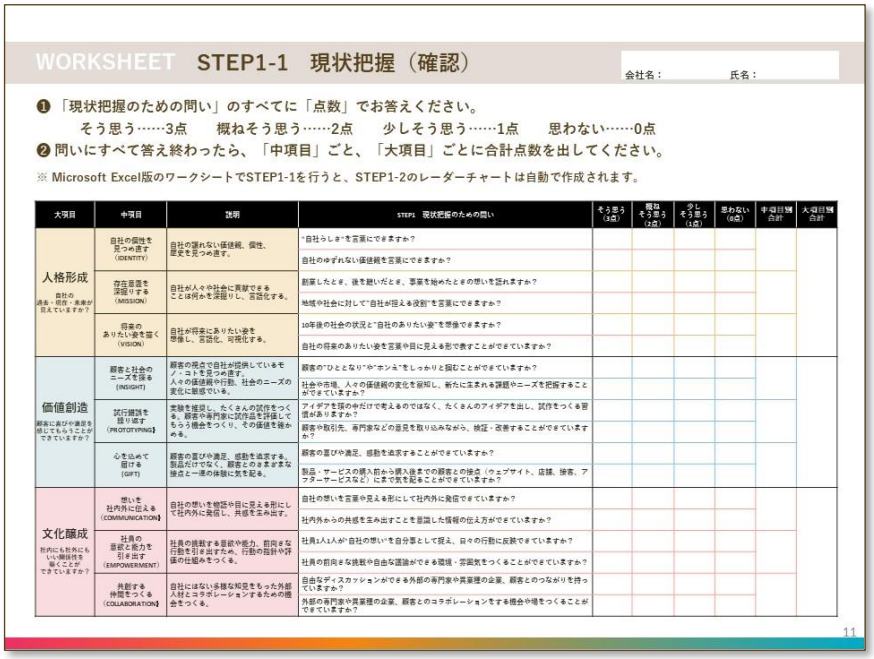
目安時間：20分

全体発表・意見交換

STEP 1 「現状把握」シートで傾向を捉える

STEP1-1のシートに記載された「問い」に回答（4段階評価）しましょう。
その上で、STEP1-2 を用いてレーダーチャート化しましょう。（目安時間：15分）

STEP1-1　現状把握（確認）



WORKSHEET　STEP1-1　現状把握（確認）

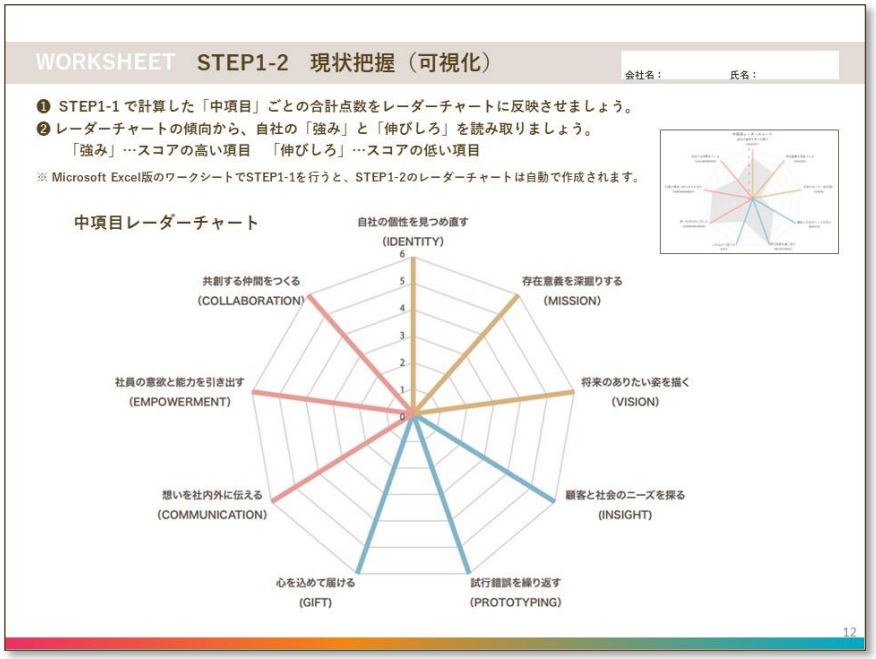
会社名：　　氏名：

❶「現状把握のための問い」のすべてに「点数」でお答えください。
　そう思う……3点　　概ねそう思う……2点　　少しそう思う……1点　　思わない……0点
❷ 問いにすべて答え終わったら、「中項目」ごと、「大項目」ごとに合計点数を出してください。
※ Microsoft Excel版のワークシートでSTEP1-1を行うと、STEP1-2のレーダーチャートは自動で作成されます。

大項目	中項目	説明	STEP1　現状把握のための問い	そう思う（3点）	概ねそう思う（2点）	少しそう思う（1点）	思わない（0点）	中項目別合計	大項目別合計
人格形成 自社の過去・現在・未来が見えていますか？	自社の個性を見つめ直す（IDENTITY）	自社の誇れない価値観、個性、歴史を見つめ直す。	"自社らしさ"を言葉にできますか？						
			自社のゆずれない価値観を言葉にできますか？						
	存在意義を深掘りする（MISSION）	自社が人々や社会に貢献できるここは何かを深掘りし、言語化する。	創業したとき、後を継いだとき、事業を始めたときの想いを語れますか？						
			地域や社会に対して"自社が担える役割"を言葉にできますか？						
	将来のありたい姿を描く（VISION）	自社が将来にありたい姿を想像し、言語化、可視化する。	10年後の社会の状況と"自社のありたい姿"を想像できますか？						
			自社の将来のありたい姿を言葉や目に見える形で表すことができていますか？						
価値創造 顧客に喜びや満足を感じてもらうことができていますか？	顧客と社会のニーズを探る（INSIGHT）	顧客の視点で自社が提供しているモノ・コトを見つめ直す。人々の価値観や行動、社会のニーズの変化に敏感でいる。	顧客の"ひととなり"や"ホンネ"をしっかりと掴むことができていますか？						
			社会や市場、人々の価値観の変化を察知し、新たに生まれる課題やニーズを把握することができていますか？						
	試行錯誤を繰り返す（PROTOTYPING）	実験を推奨し、たくさんの試作をつくる。顧客や専門家に試作品を評価してもらう機会をつくり、その価値を確かめる。	アイデアを頭の中だけで考えるのではなく、たくさんのアイデアを出し、試作をつくる習慣がありますか？						
			顧客や取引先、専門家などの意見を取り込みながら、検証・改善することができていますか？						
	心を込めて届ける（GIFT）	顧客の喜びや満足、感動を追求する。製品だけでなく、顧客とのさまざまな接点と一連の体験に気を配る。	顧客の喜びや満足、感動を追求することができていますか？						
			製品・サービスの購入前から購入後までの顧客との接点（ウェブサイト、店舗、接客、アフターサービスなど）にまで気を配ることができていますか？						
文化醸成 社内にも社外にもいい関係性を築くことができていますか？	想いを社内外に伝える（COMMUNICATION）	自社の想いを物語や目に見える形にして社内外に発信。共感を生み出す。	自社の想いを言葉や見える形にして社内外に発信できていますか？						
			社内外からの共感を生み出すことを意識した情報の伝え方ができていますか？						
	社員の意欲と能力を引き出す（EMPOWERMENT）	社員の挑戦する意欲や能力、前向きな行動を引き出すため、行動の指針や評価の仕組みをつくる。	社員1人1人が"自社の想い"を自分事として捉え、日々の行動に反映できていますか？						
			社員の前向きな挑戦や自由な議論ができる環境・雰囲気をつくることができていますか？						
	共創する仲間をつくる（COLLABORATION）	自社にはない多種な知見をもった外部人材とコラボレーションするための機会をつくる。	自由なディスカッションができる外部の専門家や異業種の企業、顧客とのつながりを持っていますか？						
			外部の専門家や異業種の企業、顧客とのコラボレーションをする機会や場をつくることができていますか？						

11

STEP1-2　現状把握（可視化）



WORKSHEET　STEP1-2　現状把握（可視化）

会社名：　　氏名：

❶ STEP1-1 で計算した「中項目」ごとの合計点数をレーダーチャートに反映させましょう。
❷ レーダーチャートの傾向から、自社の「強み」と「伸びしろ」を読み取りましょう。
　「強み」…スコアの高い項目　「伸びしろ」…スコアの低い項目
※ Microsoft Excel版のワークシートでSTEP1-1を行うと、STEP1-2のレーダーチャートは自動で作成されます。

中項目レーダーチャート

12

STEP 1-3　自社の現状について共有する

STEP1-2のレーダーチャートを以下のような観点に留意しながら、グループ内で共有しましょう。なお、時間内に回答を出す必要はありません。（目安時間：５分）

異なる会社のグループメンバーで共有する場合

- レーダーチャートからどのような傾向が読み取れますか？
- その背景にあるのは何でしょうか？

同じ会社の異なる立場同士で共有する場合

- 共通点や違いはどこにありますか？
- その違いの背景にあるのは何でしょうか？

56

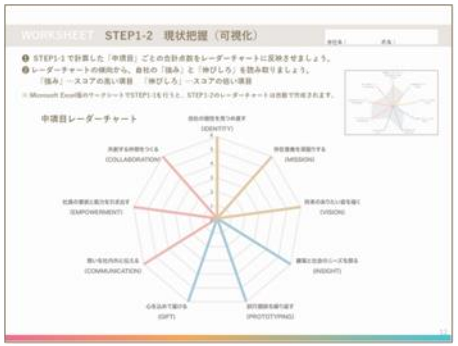
STEP 2　深掘り・発散

STEP1 の結果を踏まえ、
「深掘り・発散のための問い」に文章や言葉で回答していきます。

STEP 1

現状把握

「現状把握のための問い」に
選択回答し、レーダーチャート
で現状を把握

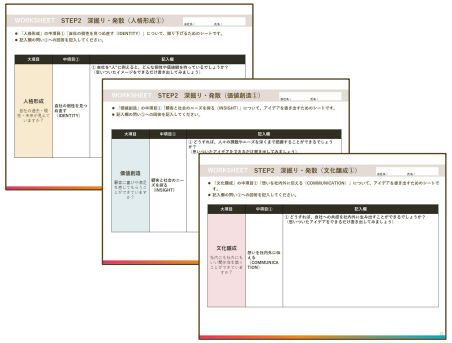


目安時間：20分

STEP 2

深掘り・発散

STEP1の結果を踏まえ、
「深掘り・発散のための問い」
に文章で回答



目安時間：30分

STEP 3

活動検討

STEP1、2を振り返り、
これから取り組むべき
アクションを検討

目安時間：20分

全体発表・意見交換

STEP 2 「深堀り・発散」シートで言語化する

深掘り・発散したい項目のワークシートを選択し、
記載されている「問い」に向き合いながら、あなたの想いや考え、アイデアを
本音で／自由に書いてみましょう（目安：30分）

WORKSHEET　STEP2　深掘り・発散（人格形成①）

会社名：　氏名：

- 「人格形成」の中項目①「自社の個性を見つめ直す（IDENTITY）」について、掘り下げるためのシートです。
- 記入欄の問い①への回答を記入してください。

大項目	中項目①	
人格形成 自社の過去・現在・未来が見えていますか？	自社の個性を見つめ直す（IDENTITY）	① 自社を“人”に例えると、ど （思いついたイメージをでき

WORKSHEET　STEP2　深掘り・発散（価値創造①）

会社名：　氏名：

- 「価値創造」の中項目①「顧客と社会のニーズを探る（INSIGHT）」について、アイデアを書き出すためのシートです。
- 記入欄の問い①への回答を記入してください。

大項目	中項目①	
価値創造 顧客に喜びや満足を感じてもらうことができていますか？	顧客と社会のニーズを探る（INSIGHT）	① どうすれば、人々の課題や か？ （思いついたアイデアをでき

WORKSHEET　STEP2　深掘り・発散（文化醸成①）

会社名：　氏名：

- 「文化醸成」の中項目①「想いを社内外に伝える（COMMUNICATION）」について、アイデアを書き出すためのシートです。
- 記入欄の問い①への回答を記入してください。

大項目	中項目①	記入欄
文化醸成 社内にも社外にもいい関係性を築くことができていますか？	想いを社内外に伝える（COMMUNICATION）	① どうすれば、自社への共感を社内外に生み出すことができるでしょうか？ （思いついたアイデアをできるだけ書き出してみましょう）

22

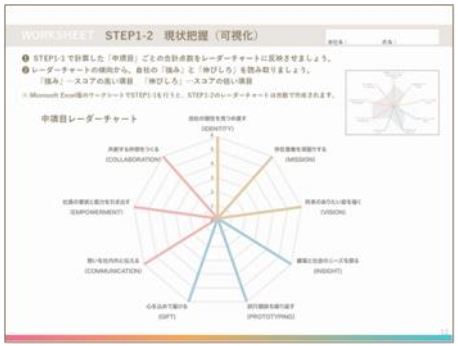
STEP 3　活動検討

STEP1、2を振り返り、
これから取り組むべきアクションを検討します。

STEP 1

現状把握

「現状把握のための問い」に
選択回答し、レーダーチャート
で現状を把握



目安時間：20分

STEP 2

深掘り・発散

STEP1の結果を踏まえ、
「深掘り・発散のための問い」
に文章で回答

目安時間：30分

STEP 3

活動検討

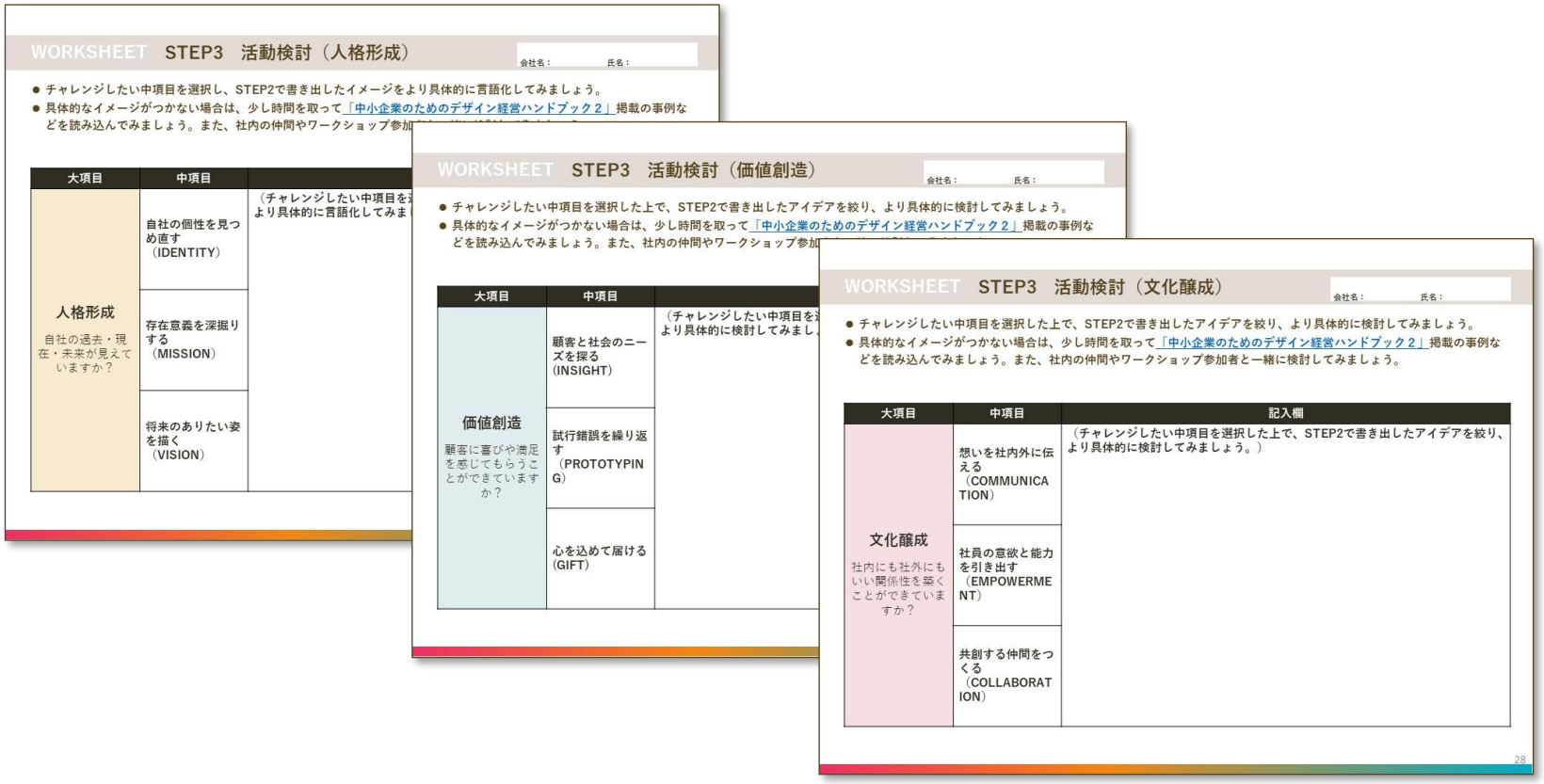
STEP1、2を振り返り、
これから取り組むべき
アクションを検討

目安時間：20分

全体発表・意見交換

STEP 3-1　具体的な活動を検討する

チャレンジしたい項目（人格形成／価値創造／文化醸成）のワークシートを選択し、STEP 2で書き出した内容をより具体化してみましょう。（目安：20分）
（必要に応じて、次ページの「アクション検討のヒント」や「中小企業のためのデザイン経営ハンドブック２ 」の事例を参考にしてみましょう。）



WORKSHEET　STEP3　活動検討（人格形成）

会社名：　氏名：

- チャレンジしたい中項目を選択し、STEP2で書き出したイメージをより具体的に言語化してみましょう。
- 具体的なイメージがつかない場合は、少し時間を取って「中小企業のためのデザイン経営ハンドブック２」掲載の事例などを読み込んでみましょう。また、社内の仲間やワークショップ参加

大項目	中項目	
人格形成 自社の過去・現在・未来が見えていますか？	自社の個性を見つめ直す（IDENTITY）	（チャレンジしたい中項目を より具体的に言語化してみま
	存在意義を深掘りする（MISSION）	
	将来のありたい姿を描く（VISION）	

WORKSHEET　STEP3　活動検討（価値創造）

会社名：　氏名：

- チャレンジしたい中項目を選択した上で、STEP2で書き出したアイデアを絞り、より具体的に検討してみましょう。
- 具体的なイメージがつかない場合は、少し時間を取って「中小企業のためのデザイン経営ハンドブック２」掲載の事例などを読み込んでみましょう。また、社内の仲間やワークショップ参加

大項目	中項目	
価値創造 顧客に喜びや満足を感じてもらうことができていますか？	顧客と社会のニーズを探る（INSIGHT）	（チャレンジしたい中項目を より具体的に検討してみまし
	試行錯誤を繰り返す（PROTOTYPING）	
	心を込めて届ける（GIFT）	

WORKSHEET　STEP3　活動検討（文化醸成）

会社名：　氏名：

- チャレンジしたい中項目を選択した上で、STEP2で書き出したアイデアを絞り、より具体的に検討してみましょう。
- 具体的なイメージがつかない場合は、少し時間を取って「中小企業のためのデザイン経営ハンドブック２」掲載の事例などを読み込んでみましょう。また、社内の仲間やワークショップ参加者と一緒に検討してみましょう。

大項目	中項目	記入欄
文化醸成 社内にも社外にもいい関係性を築くことができていますか？	想いを社内外に伝える（COMMUNICATION）	（チャレンジしたい中項目を選択した上で、STEP2で書き出したアイデアを絞り、より具体的に検討してみましょう。）
	社員の意欲と能力を引き出す（EMPOWERMENT）	
	共創する仲間をつくる（COLLABORATION）	

28

STEP 3-1　活動検討のヒント（参考資料）

STEP 1～2 のワークで絞り込んだ課題を解決する具体的な活動の方向性を検討するためのヒントです。

	デザインアクション検討のヒント	知財アクション検討のヒント
人格形成	□ 創業時の問題意識や背景、会社の歴史を編纂し、譲れない価値観、個性を見つめ直す。 □ 顧客や取引先、地域の声に対するインタビューを行い、自社が社会に貢献できることについて深掘りする。 □ デザイナーなどと連携し、顧客や社会の変化を検討した上で、自社が将来に目指す姿を想像し、言語化、可視化する。	□ 自社の知財を幅広く発掘・棚卸しして、自社の独自性や自社らしさを深掘りする。 □ 自社らしさが表れた知財、自社の誇りとなる知財を権利化し、確かな形にする。
価値創造	□ 顧客の視点で自社が提供しているモノ・コトを見つめ直す。人々の価値観や行動、社会のニーズの変化に敏感でいる。 □ 実験を推奨し、たくさんの試作をつくる。顧客や専門家に試作品を評価してもらう機会をつくり、その価値を確かめる。 □ 顧客の喜びや満足、感動を追求する。製品だけでなく、顧客とのさまざまな接点と一連の体験に気を配る。	□ 他社の知財権の把握や、自社の知財の活用によって、独自の製品・サービスを開発する。 □ 個々の製品・サービスに関する知財の保護やノウハウなどの秘匿によって、独自性を守る。
文化醸成	□ 自社の想いを物語や目に見える形にして社内外に発信し、共感を生み出す。 □ 社員の挑戦する意欲や能力、前向きな行動を引き出すため、行動の指針や評価の仕組みをつくる。 □ 自社にはない多様な知見をもった外部人材とコラボレーションするための機会をつくる。	□ 知財の創出や知財権の取得に貢献した社員を適切に評価することで意欲・能力を向上させる。 □ 取得した知財権で協業先や顧客からの信頼を得て、事業機会を生み出す。

STEP 3-2　活動検討の結果を共有する

ここまでの検討結果をもとに、自社の今後の活動について一人ずつ宣言をします。その後、時間の許す限り、他の参加者の発表に対するアドバイスや参考になった点についてコメントをし合いましょう。（目安時間：20分）

発表する際のポイント

- どのような問題意識で、どの領域（人格形成／文化醸成／価値創造）から、どのようなアクションに取り組みますか？

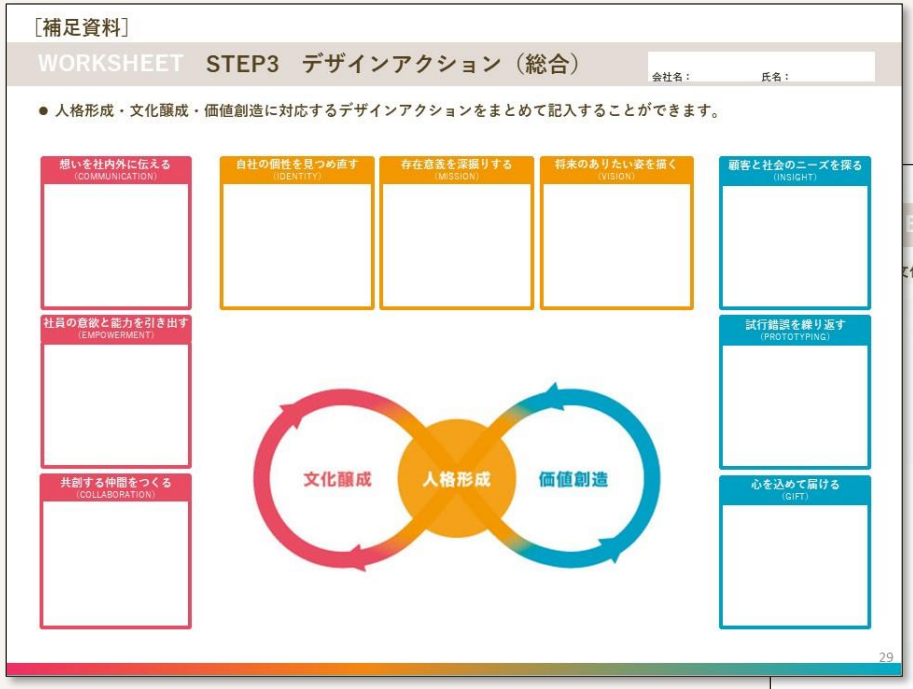
他の参加者の発表にアドバイスやフィードバックをする際のポイント

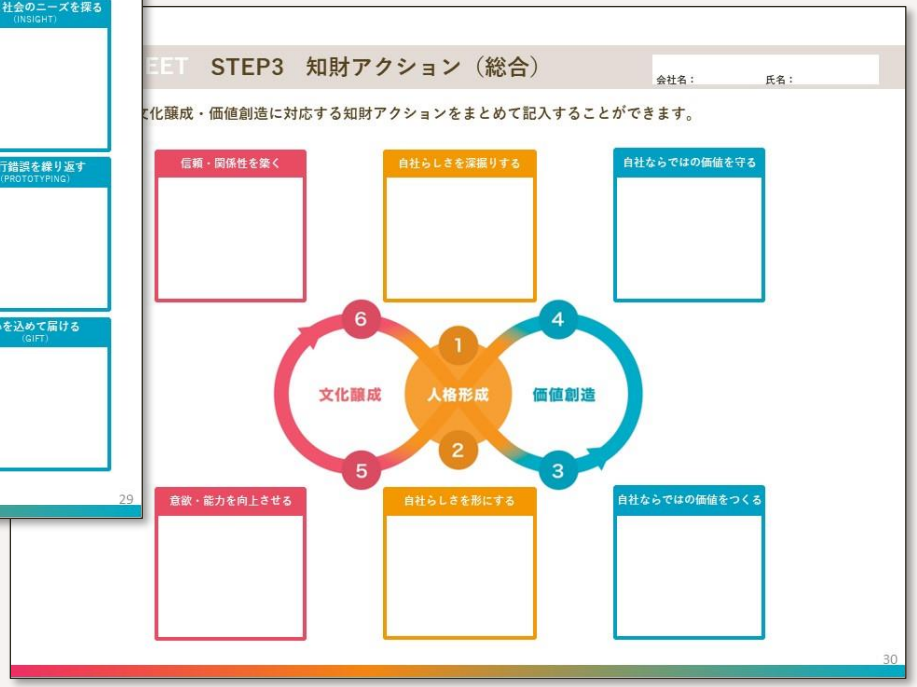
- 他の参加者にとって関連しそうな／参考となりそうな自社の取組について共有できることはありますか？
- 他の参加者の発表で自社も取り入れたいと思ったことはどのようなことですか？

62

STEP 3　活動検討（参考資料）

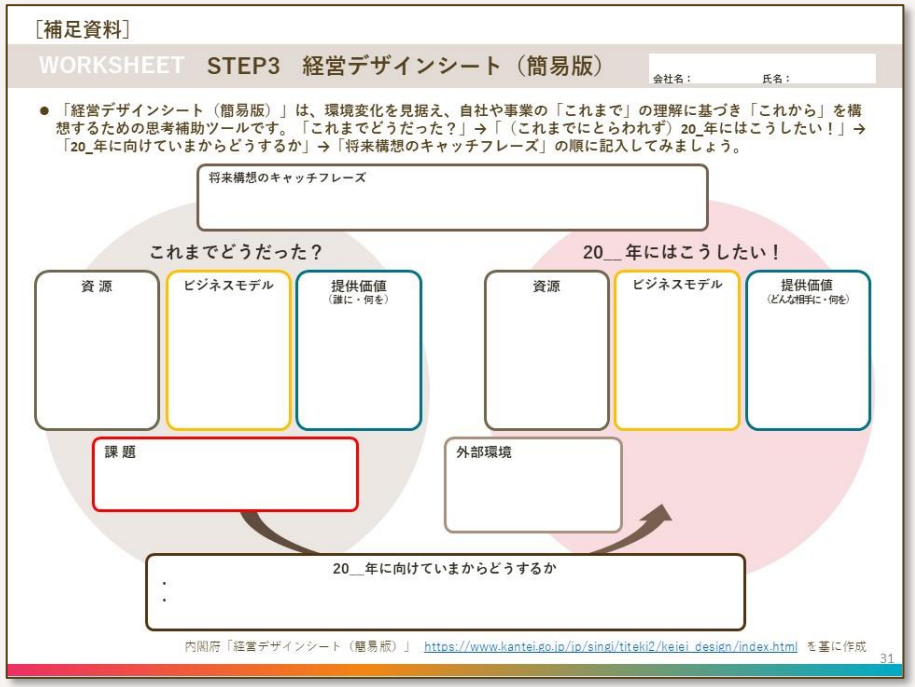
デザイン経営の３つの要素（人格形成・文化醸成・価値創造）に対応するデザインアクションと知財アクションを一覧で記入できるワークシートもあります。





STEP 3　活動検討（参考資料）

内閣府が公表した「経営デザインシート」は、将来を構想するための思考補助ツールです。
シートに記入していくことで言語化されていく将来構想は、後継者や従業員、金融機関や支援機関など社内外の多くのステークホルダーとの対話ツールにもなります。



※内閣府「経営デザインシート（簡易版）」を基に作成

「経営デザインシート」の詳細は、以下のリンク先をご覧ください。

■内閣府「経営をデザインする」

■日本知財学会経営デザイン分科会

（参考）知財について調べたい場合は？

調べる ➡ 「J-PlatPat　特許情報プラットフォーム」

ジェイ プラット パット

「J-PlatPat」とは？

特許・意匠・商標などの知的財産権や
出願情報など、いわゆる「知財情報」を
インターネットで無料で調べることができる。

できること

特許・実用新案・意匠・商標などの
番号やキーワードでの検索で、
他社の権利調査ができます！

https://www.j-platpat.inpit.go.jp/

（参考）知財支援を受けたい場合は？

相談する ➡ 「知財総合支援窓口」

「知財総合支援窓口」とは？

全国47都道府県に設置している地域密着型の無料相談窓口。中小企業等が抱える経営課題を解決するため、専門家及び関係支援機関と連携して知財の側面から支援を実施。

できること

窓口の支援担当者からのアドバイスや各分野の専門家※からのアドバイスを受けられます！

※弁理士、弁護士、ブランド専門家、デザイナーなど

https://chizai-portal.inpit.go.jp/

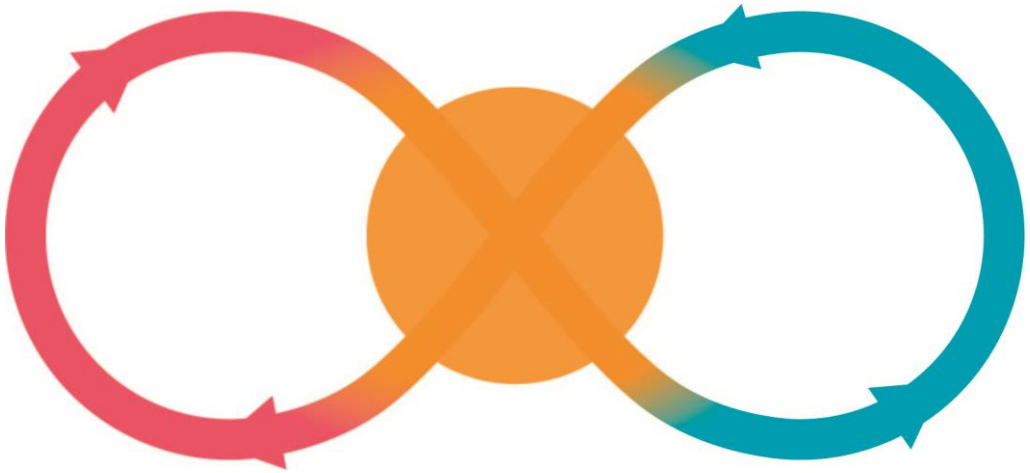
おつかれさまでした！

おすすめしたい今後のアクション

定期的・継続的に
コンパスを活用

他の経営陣や従業員と
コンパスで対話

３－３．③240分コース



「デザイン経営コンパス」ワークショップ

20XX.XX.XX

1.「デザイン経営コンパス」ワークショップの目的

「デザイン経営コンパス」ワークショップは、
デザイン経営の視点から

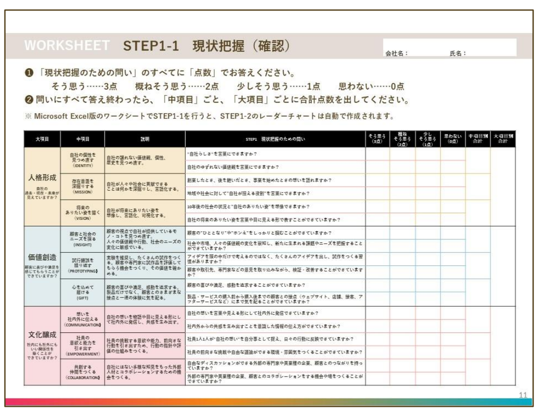
- ☑ 自社の「伸びしろ」を知り、
- ☑ 実践に向けて自社が考えるべきポイントを探り、
- ☑ 取り組むべき具体的なアクションを考える

ことを目的としています。

2.「デザイン経営コンパス」について

- このワークショップでは、「デザイン経営コンパス」というツールを活用します。
- このツールは、いくつかのワークシートで構成されており、各シートの「問い」に回答することで、現状を見える化したり、取組の方向性を検討したりすることができます。
- このツールは、１度のワークでデザイン経営の方向性や具体的な取組を導くものではありません。定期的なワークによって、社員や支援者との対話を繰り返しながら発展させていただくことをおすすめします。

＜ワークシートの例＞

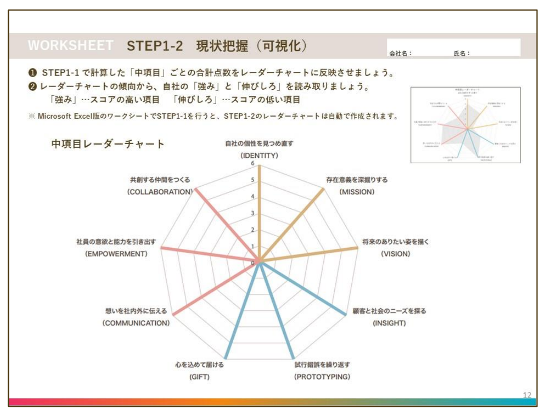


WORKSHEET　STEP1-1　現状把握（確認）　会社名：　氏名：

❶「現状把握のための問い」のすべてに「点数」でお答えください。
そう思う……3点　概ねそう思う……2点　少しそう思う……1点　思わない……0点
❷ 問いにすべて答え終わったら、「中項目」ごと、「大項目」ごとに合計点数を出してください。
※ Microsoft Excel版のワークシートでSTEP1-1を行うと、STEP1-2のレーダーチャートは自動で作成されます。

大項目	中項目	説明	STEP1 現状把握のための問い	そう思う（3点）	概ねそう思う（2点）	少しそう思う（1点）	思わない（0点）	中項目別合計	大項目別合計
人格形成 自社の過去・現在・未来が見えていますか？	自社の個性を見つめ直す（IDENTITY）	自社の譲れない価値観、個性、歴史を見つめ直す。	"自社らしさ"を言葉にできますか？						
			自社のゆずれない価値観を言葉にできますか？						
	存在意義を深掘りする（MISSION）	自社が人々や社会に貢献できることは何かを深堀りし、言語化する。	創業したとき、後を継いだとき、事業を始めたときの想いを語れますか？						
			地域や社会に対して"自社が担える役割"を言葉にできますか？						
	将来のありたい姿を描く（VISION）	自社が将来にありたい姿を想像し、言語化、可視化する。	10年後の社会の状況と"自社のありたい姿"を想像できますか？						
			自社の将来のありたい姿を言葉や目に見える形で表すことができていますか？						
価値創造 顧客に喜びや満足を感じてもらうことができていますか？	顧客と社会のニーズを探る（INSIGHT）	顧客の視点で自社が提供しているモノ・コトを見つめ直す。人々の価値観や行動、社会のニーズの変化に敏感でいる。	顧客の"ひととなり"や"ホンネ"をしっかりと掴むことができていますか？						
			社会や市場、人々の価値観の変化を察知し、新たに生まれる課題やニーズを把握することができていますか？						
	試行錯誤を繰り返す（PROTOTYPING）	実験を推奨し、たくさんの試作をつくる。顧客や専門家に試作品を評価してもらう機会をつくり、その価値を確かめる。	アイデアを頭の中だけで考えるのではなく、たくさんのアイデアを出し、試作をつくる習慣がありますか？						
			顧客や取引先、専門家などの意見を取り込みながら、検証・改善することができていますか？						
	心を込めて届ける（GIFT）	顧客の喜びや満足、感動を追求する。製品だけでなく、顧客とのさまざまな接点と一連の体験に気を配る。	顧客の喜びや満足、感動を追求することができていますか？						
			製品・サービスの購入前から購入後までの顧客との接点（ウェブサイト、店舗、接客、アフターサービスなど）にまで気を配ることができていますか？						
文化醸成 社内にも社外にもいい関係性を築くことができていますか？	想いを社内外に伝える（COMMUNICATION）	自社の想いを物語や目に見える形にして社内外に発信し、共感を生み出す。	自社の想いを言葉や見える形にして社内外に発信できていますか？						
			社内外からの共感を生み出すことを意識した情報の伝え方ができていますか？						
	社員の意欲と能力を引き出す（EMPOWERMENT）	社員の挑戦する意欲や能力、前向きな行動を引き出すため、行動の指針や評価の仕組みをつくる。	社員1人1人が"自社の想い"を自分事として捉え、日々の行動に反映できていますか？						
			社員の前向きな挑戦や自由な議論ができる環境・雰囲気をつくることができていますか？						
	共創する仲間をつくる（COLLABORATION）	自社にはない多様な知見をもった外部人材とコラボレーションするための機会をつくる。	自由なディスカッションができる外部の専門家や異業種の企業、顧客とのつながりを持っていますか？						
			外部の専門家や異業種の企業、顧客とのコラボレーションをする機会や場をつくることができていますか？						

11



WORKSHEET　STEP2　深掘り・発散（人格形成①）　会社名：　氏名：

- 「人格形成」の中項目①「自社の個性を見つめ直す（IDENTITY）」について、掘り下げるためのシートです。
- 記入欄の問い①への回答を記入してください。

大項目	中項目①	記入欄
人格形成 自社の過去・現在・未来が見えていますか？	自社の個性を見つめ直す（IDENTITY）	① 自社を"人"に例えると、どんな個性や価値観を持っているでしょうか？（思いついたイメージをできるだけ書き出してみましょう）

16

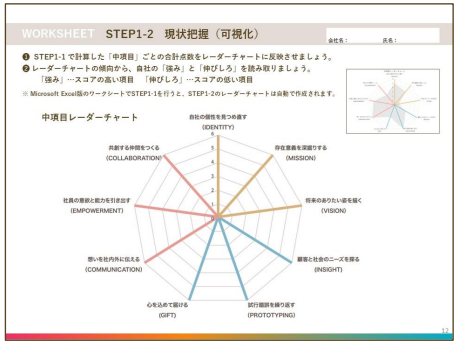
3.「デザイン経営コンパス」ワークショップの流れ

ワークショップは、以下の3ステップに沿って進めていきます。
所要時間は約240分です。

STEP 1

現状把握

「現状把握のための問い」に選択回答し、レーダーチャートで現状を把握

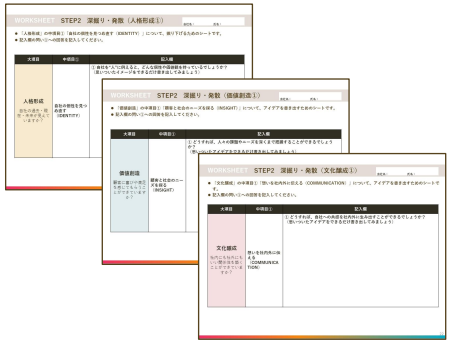


目安時間：40分

STEP 2

深掘り・発散

STEP1の結果を踏まえ、「深掘り・発散のための問い」に文章で回答

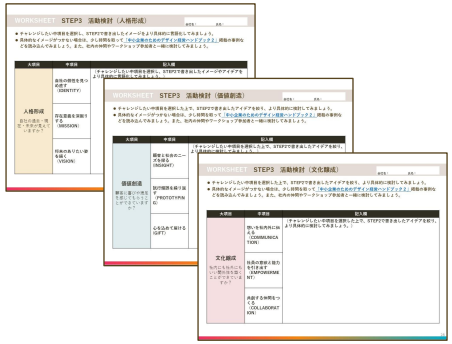


目安時間：90分

STEP 3

活動検討

STEP1、2を振り返り、これから取り組むべきアクションを検討



目安時間：50分

全体発表・意見交換

4.「デザイン経営」とは？　①取り組む意義

- 近年、社会課題の複雑化や新技術の登場、国内の市場・労働力の縮小、そして人々の価値観・行動の変容など、企業を取り巻く環境は大きく変化しています。（この5～10年で皆さんの周りにはどんな変化があったでしょうか？）
- こうした変化の荒波を前向きに乗り越えていく上で、徹底して「人間」に向き合い、企業のブランド力とイノベーション力を向上させる経営手法である「デザイン経営」の重要性が高まっています。
- 「デザイン経営」は、以下の図のように、「人格形成」を軸にした「文化醸成」と「価値創造」の３つのデザインの好循環によって実現するものです。

＜デザイン経営の好循環モデル＞

4.「デザイン経営」とは？　①取り組む意義（補足）

- デザイン経営における「３つのデザイン（人格形成、文化醸成、価値創造）」は、企業を取り巻く環境の変化の中で直面する課題に対応する営みです。

背景

社会や産業構造の大きな変化
（社会課題の複雑化、新技術の登場、市場・労働力の縮小、価値観の変化など）

課題

- 顧客や取引先、従業員や求職者からの共感・支持の獲得。
- 自社らしさや長期ビジョンなどの経営の根本的な軸の見つめ直し。
- 価格競争やOEMからの脱却による利益率の向上。収益の獲得。

求められるデザイン

仲間に向き合う
「文化醸成」
自社の想いや自社らしさを社内外に伝え、共感と共創の土壌を形成する営み

自己・自社に向き合う
「人格形成」
自社の想いや自社らしさを明確にし、未来の自社の姿を構想する営み

顧客・社会に向き合う
「価値創造」
自社の想いや自社らしさと顧客や社会のニーズを基に、魅力ある事業を創出する営み

4.「デザイン経営」とは？　②実践：デザインアクション

- デザイン経営を実践するための最初の手がかりとなるのは、人格形成・文化醸成・価値創造に対応する「９つのデザインアクション」です。
- これらのアクションは、企業の実践から学んだものです。
- どんな企業でも何かしらのアクションに取り組んでいるはずですが、自社の取組について意識的に考えてみたことはあるでしょうか？

＜９つのデザインアクション＞

文化醸成

- 想いを社内外に伝える COMMUNICATION
- 社員の意欲と能力を引き出す EMPOWERMENT
- 共創する仲間をつくる COLLABORATION

人格形成

- 自社の個性を見つめ直す IDENTITY
- 存在意義を深掘りする MISSION
- 将来のありたい姿を描く VISION

価値創造

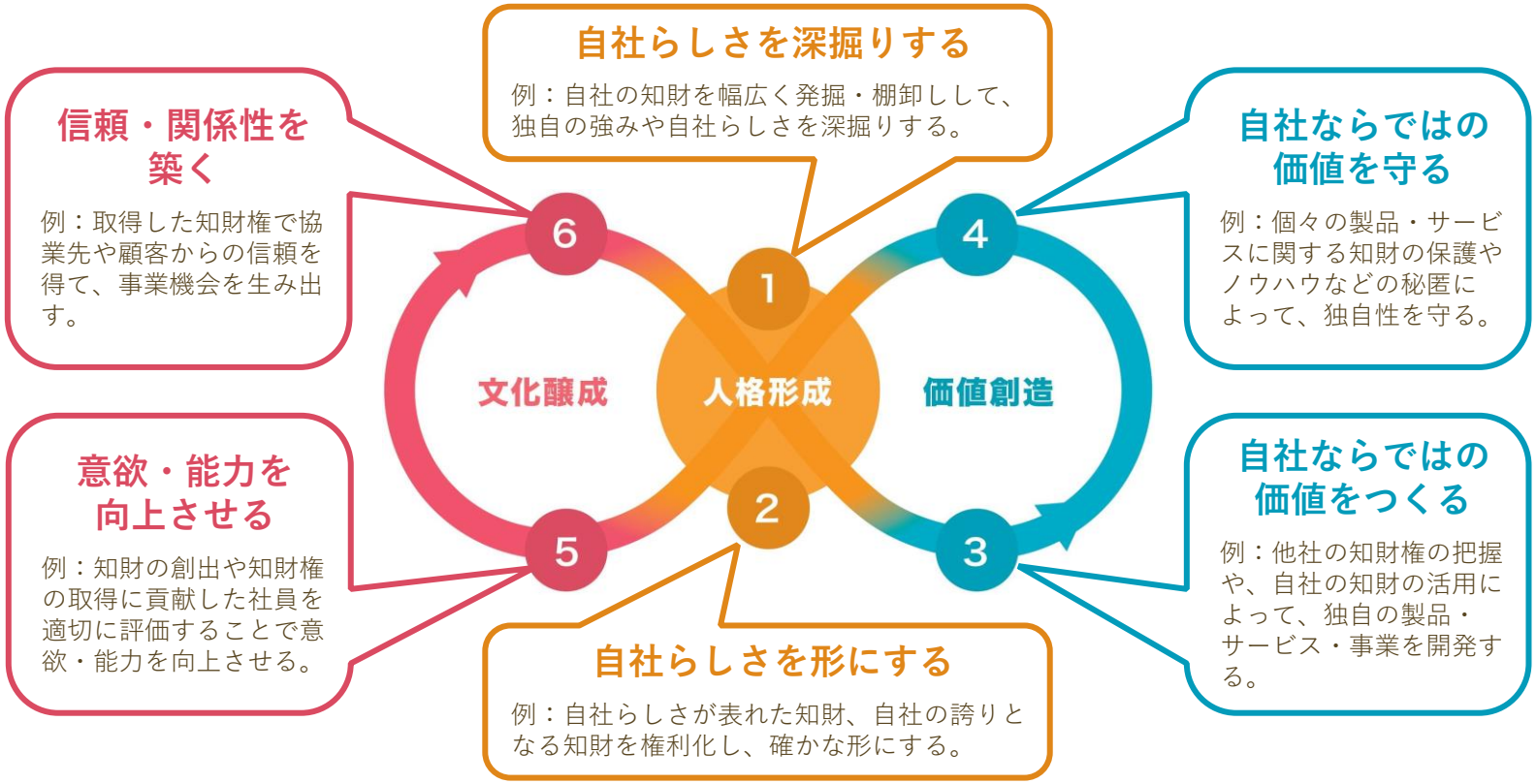
- 顧客と社会のニーズを探る INSIGHT
- 試行錯誤を繰り返す PROTOTYPING
- 心を込めて届ける GIFT

出典：特許庁『中小企業のためのデザイン経営ハンドブック２　～未来をひらくデザイン経営×知財～』

4.「デザイン経営」とは？　③実践：知財アクション

- デザイン経営は、“自社固有の経営資源”としての知的財産を幅広く生かす活動（知財アクション）によってさらに推進することができます。

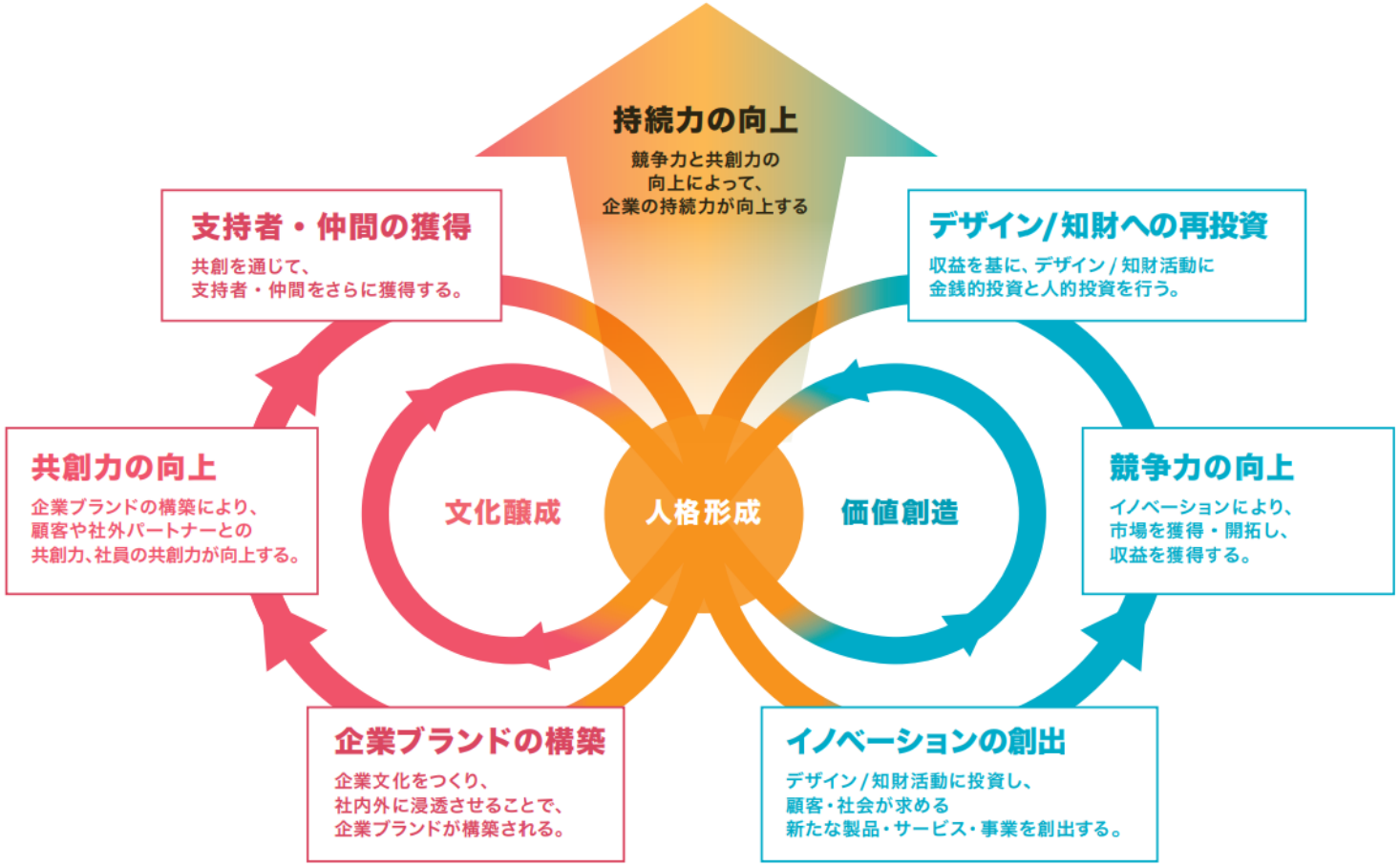
＜６つの知財アクション＞



出典：特許庁『中小企業のためのデザイン経営ハンドブック２　～未来をひらくデザイン経営×知財～』

4.「デザイン経営」とは？　④期待される効果

- デザイン経営の実践は、企業ブランドの構築やイノベーションの創出など、さまざまな効果をもたらし、企業の持続力の向上や成長に寄与します。

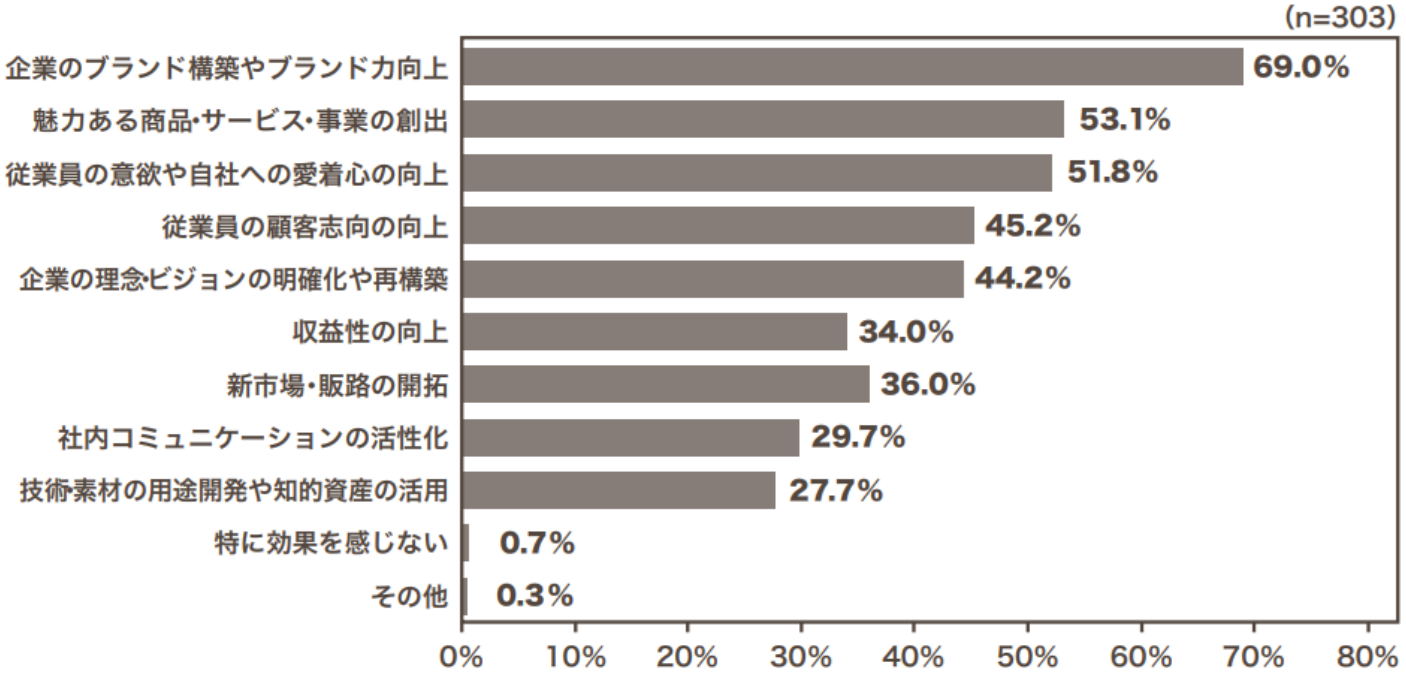


出典：特許庁『中小企業のためのデザイン経営ハンドブック２　～未来をひらくデザイン経営×知財～』

4.「デザイン経営」とは？　⑤グラフで見る効果

- デザイン経営が定着している中小企業が回答した「デザイン経営による効果」を見ると、企業ブランドの構築やイノベーションの創出、ビジョンの明確化のほか、従業員の愛着心や顧客志向の向上など、さまざまな効果が確認できます。

＜デザイン経営による効果＞



資料：(株)東京商工リサーチ「中小企業の経営理念・経営戦略に関するアンケート」

(注)1.複数回答のため、合計は必ずしも100%にならない。
2.デザイン経営について「既に取り組み定着している」と回答した企業を集計対象としている。

出典：中小企業庁「2022年版中小企業白書」

4.「デザイン経営」とは？　⑥中小企業などの取組事例

- 特許庁が発行した『中小企業のためのデザイン経営ハンドブック２』では、中小企業による実践事例と支援機関・企業による支援事例を紹介しています。

出典：特許庁『中小企業のためのデザイン経営ハンドブック２　～未来をひらくデザイン経営×知財～』

5. タイムスケジュール（例）

0:00～0:10［STEP 0］前段説明＆概要（本ツールの活用意義）

0:10～0:20 参加者自己紹介

0:20～0:55［STEP 1］ 現状把握

「現状把握のための問い」に選択回答し、レーダーチャートで現状を把握

0:55～3:10［STEP 2］ 深掘り・発散

STEP1の結果を踏まえ、「深掘り・発散のための問い」に文章で回答
＊途中10～15分間の休憩

3:10～3:30［STEP 3］ 活動検討

STEP1・2を振り返り、これから取り組むべきアクションを検討

3:30～3:50 参加者同士での発表と意見交換

3:50～4:00 クロージング＆質疑

6. たくさんの気づきを得るためのコツ

以下を意識しながらワークに取り組むことで、
より多くの気づきを得ることにつながります。

- ✔ 「問い」に主語が記載されていない場合は、
  「自社で働く方々全員（経営陣、社員、準社員等）」を想定」したもの
  として捉えてください。

- ✔ 自分に求められている「正しい答えはなにか」と考えるのではなく、
  自分の思っていることや本音を書き込んでみてください。
  （結果の良し悪しでもなく、他人に評価される成績表でもありません。）

- ✔ 答えられない部分、書けない部分があっても気にする必要はありません。
  書けるところ、答えやすいところから取り組んで大丈夫です。

自己紹介をしましょう

ワークショップを開始するにあたって、
１人１分程度で、簡単に自己紹介をお願いします。

❶ 所属企業（あるいは所属部署）とお名前

❷ 事業内容（あるいは日頃の仕事内容）

❸ 参加するにあたっての意気込みや問題意識

今日、参加される皆さんは共にデザイン経営に取り組む仲間です。
異なる組織、立場だからこその自分にはない考え方や視点から
学び合いましょう。

では、
いよいよワークです！

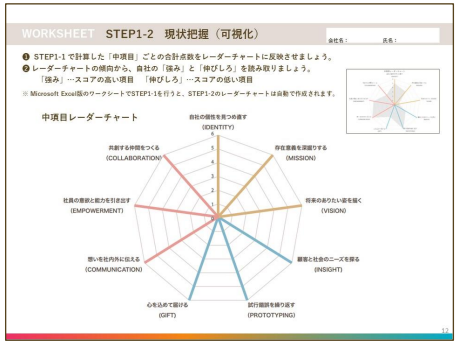
STEP 1　現状把握

「現状把握のための問い」に選択回答し、
レーダーチャートで自社の現状を把握していきます。

STEP 1

現状把握

「現状把握のための問い」に選択回答し、レーダーチャートで現状を把握



目安時間：40分

STEP 2

深掘り・発散

STEP1の結果を踏まえ、「深掘り・発散のための問い」に文章で回答

目安時間：90分

STEP 3

活動検討

STEP1、2を振り返り、これから取り組むべきアクションを検討

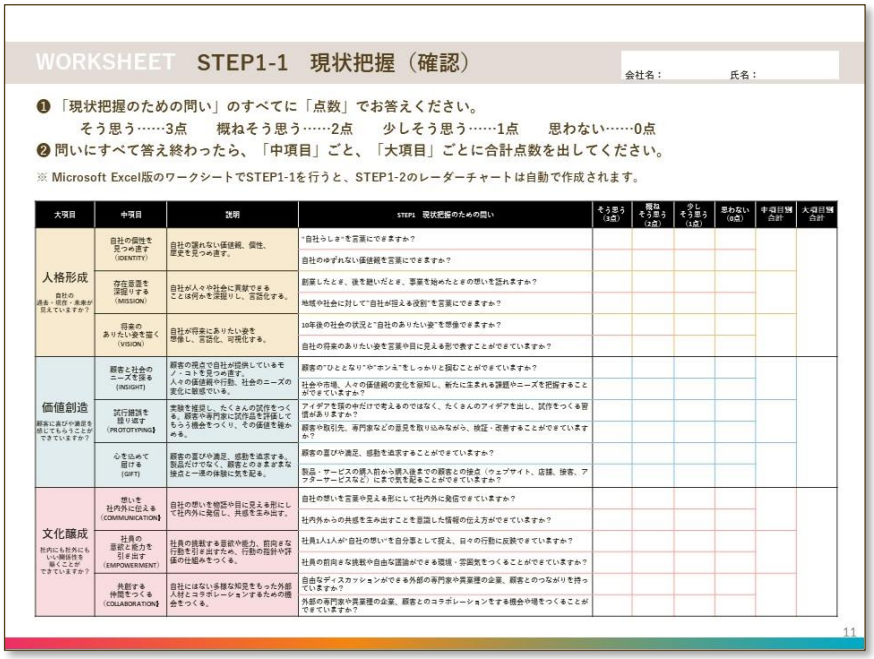
目安時間：50分

全体発表・意見交換

STEP 1 「現状把握」シートで傾向を捉える

STEP1-1のシートに記載された「問い」に回答（4段階評価）しましょう。
その上で、STEP1-2 を用いてレーダーチャート化しましょう。（目安時間：15分）

STEP1-1　現状把握（確認）



WORKSHEET　STEP1-1　現状把握（確認）

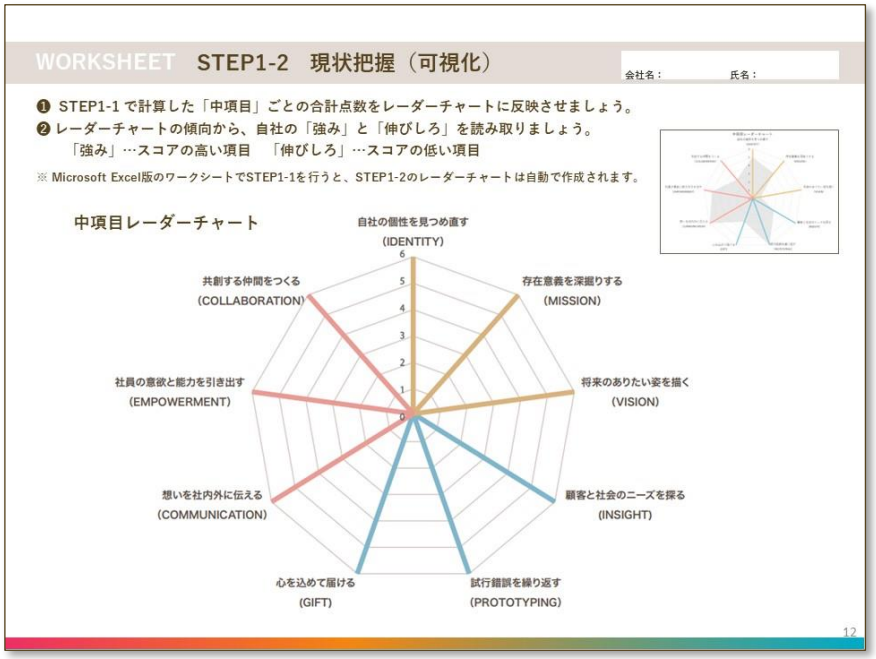
会社名：　　氏名：

❶「現状把握のための問い」のすべてに「点数」でお答えください。
　そう思う……3点　　概ねそう思う……2点　　少しそう思う……1点　　思わない……0点
❷ 問いにすべて答え終わったら、「中項目」ごと、「大項目」ごとに合計点数を出してください。
※ Microsoft Excel版のワークシートでSTEP1-1を行うと、STEP1-2のレーダーチャートは自動で作成されます。

大項目	中項目	説明	STEP1　現状把握のための問い	そう思う（3点）	概ねそう思う（2点）	少しそう思う（1点）	思わない（0点）	中項目別合計	大項目別合計
人格形成 自社の過去・現在・未来が見えていますか？	自社の個性を見つめ直す（IDENTITY）	自社の誇れない価値観、個性、歴史を見つめ直す。	"自社らしさ"を言葉にできますか？						
			自社のゆずれない価値観を言葉にできますか？						
	存在意義を深掘りする（MISSION）	自社が人々や社会に貢献できるここは何かを深掘りし、言語化する。	創業したとき、後を継いだとき、事業を始めたときの想いを語れますか？						
			地域や社会に対して"自社が担える役割"を言葉にできますか？						
	将来のありたい姿を描く（VISION）	自社が将来にありたい姿を明確し、言語化、可視化する。	10年後の社会の状況と"自社のありたい姿"を想像できますか？						
			自社の将来のありたい姿を言葉や目に見える形で表すことができていますか？						
価値創造 顧客に喜びや満足を感じてもらうことができていますか？	顧客と社会のニーズを探る（INSIGHT）	顧客の視点で自社が提供しているモノ・コトを見つめ直す。人々の価値観や行動、社会のニーズの変化に敏感でいる。	顧客の"ひととなり"や"ホンネ"をしっかりと掴むことができていますか？						
			社会や市場、人々の価値観の変化を察知し、新たに生まれる課題やニーズを把握することができていますか？						
	試行錯誤を繰り返す（PROTOTYPING）	実験を推奨し、たくさんの試作をつくる。顧客や専門家に試作品を評価してもらう機会をつくり、その価値を確かめる。	アイデアを頭の中だけで考えるのではなく、たくさんのアイデアを出し、試作をつくる習慣がありますか？						
			顧客や取引先、専門家などの意見を取り込みながら、検証・改善することができていますか？						
	心を込めて届ける（GIFT）	顧客の喜びや満足、感動を追求する。製品だけでなく、顧客とのさまざまな接点と一連の体験に気を配る。	顧客の喜びや満足、感動を追求することができていますか？						
			製品・サービスの購入前から購入後までの顧客との接点（ウェブサイト、店舗、接客、アフターサービスなど）にまで気を配ることができていますか？						
文化醸成 社内にも社外にもいい関係性を築くことができていますか？	想いを社内外に伝える（COMMUNICATION）	自社の想いを物語や目に見える形にして社内外に発信。共感を生み出す。	自社の想いを言葉や見える形にして社内外に発信できていますか？						
			社内外からの共感を生み出すことを意識した情報の伝え方ができていますか？						
	社員の意欲と能力を引き出す（EMPOWERMENT）	社員の挑戦する意欲や能力、自向きな行動を引き出すため、行動の指針や評価の仕組みをつくる。	社員1人1人が"自社の想い"を自分事として捉え、日々の行動に反映できていますか？						
			社員の前向きな挑戦や自由な議論ができる環境・雰囲気をつくることができていますか？						
	共創する仲間をつくる（COLLABORATION）	自社にはない多種な知見をもった外部人材とコラボレーションするための機会をつくる。	自由なディスカッションができる外部の専門家や異業種の企業、顧客とのつながりを持っていますか？						
			外部の専門家や異業種の企業、顧客とのコラボレーションをする機会や場をつくることができていますか？						

11

STEP1-2　現状把握（可視化）



WORKSHEET　STEP1-2　現状把握（可視化）

会社名：　　氏名：

❶ STEP1-1 で計算した「中項目」ごとの合計点数をレーダーチャートに反映させましょう。
❷ レーダーチャートの傾向から、自社の「強み」と「伸びしろ」を読み取りましょう。
　「強み」…スコアの高い項目　「伸びしろ」…スコアの低い項目
※ Microsoft Excel版のワークシートでSTEP1-1を行うと、STEP1-2のレーダーチャートは自動で作成されます。

中項目レーダーチャート

12

STEP1-3　自社の現状について共有する

STEP1-2のレーダーチャートを以下のような観点に留意しながら、グループ内で共有しましょう。なお、時間内に回答を出す必要はありません。（目安時間：10分）

異なる会社のグループメンバーで共有する場合

- レーダーチャートからどのような傾向が読み取れますか？
- その背景にあるのは何でしょうか？

同じ会社の異なる立場同士で共有する場合

- 共通点や違いはどこにありますか？
- その違いの背景にあるのは何でしょうか？

86

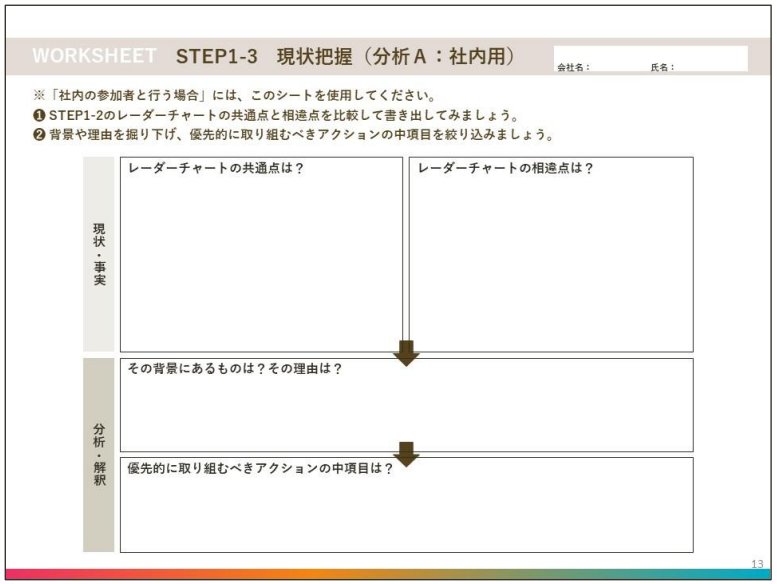
STEP1-3　自社の現状について共有する

現状把握と対話を踏まえて、これからデザイン経営に取り組むにあたっての自社の課題を整理しましょう（目安時間：10分）

＊「STEP1-3 現状把握（分析）」シートは、A（社内用）またはB（社外／個人用）のいずれかを使用してください。

A：社内用

社内の参加者と行う場合



WORKSHEET　STEP1-3　現状把握（分析A：社内用）

会社名：　氏名：

※「社内の参加者と行う場合」には、このシートを使用してください。

❶ STEP1-2のレーダーチャートの共通点と相違点を比較して書き出してみましょう。

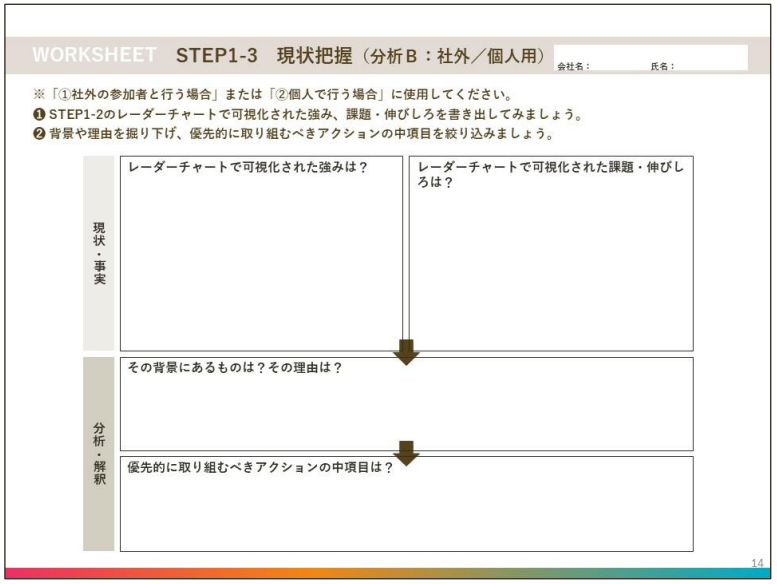
❷ 背景や理由を掘り下げ、優先的に取り組むべきアクションの中項目を絞り込みましょう。

現状・事実	レーダーチャートの共通点は？	レーダーチャートの相違点は？
分析・解釈	その背景にあるものは？その理由は？	
	優先的に取り組むべきアクションの中項目は？	

13

B：社外／個人用

①社外の参加者と行う場合 または ②個人で行う場合



WORKSHEET　STEP1-3　現状把握（分析B：社外／個人用）

会社名：　氏名：

※「①社外の参加者と行う場合」または「②個人で行う場合」に使用してください。

❶ STEP1-2のレーダーチャートで可視化された強み、課題・伸びしろを書き出してみましょう。

❷ 背景や理由を掘り下げ、優先的に取り組むべきアクションの中項目を絞り込みましょう。

現状・事実	レーダーチャートで可視化された強みは？	レーダーチャートで可視化された課題・伸びしろは？
分析・解釈	その背景にあるものは？その理由は？	
	優先的に取り組むべきアクションの中項目は？	

14

87

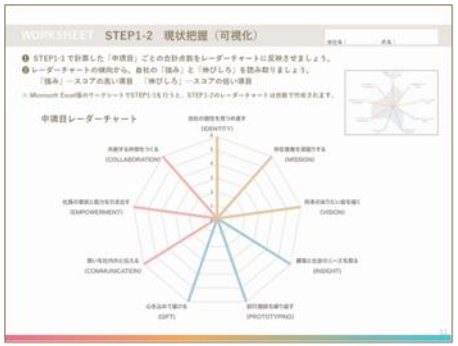
STEP 2　深掘り・発散

STEP1 の結果を踏まえ、
「深掘り・発散のための問い」に文章や言葉で回答していきます。

STEP 1

現状把握

「現状把握のための問い」に
選択回答し、レーダーチャート
で現状を把握

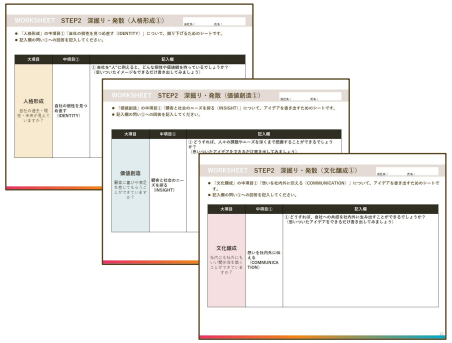


目安時間：40分

STEP 2

深掘り・発散

STEP1の結果を踏まえ、
「深掘り・発散のための問い」
に文章で回答



目安時間：90分

STEP 3

活動検討

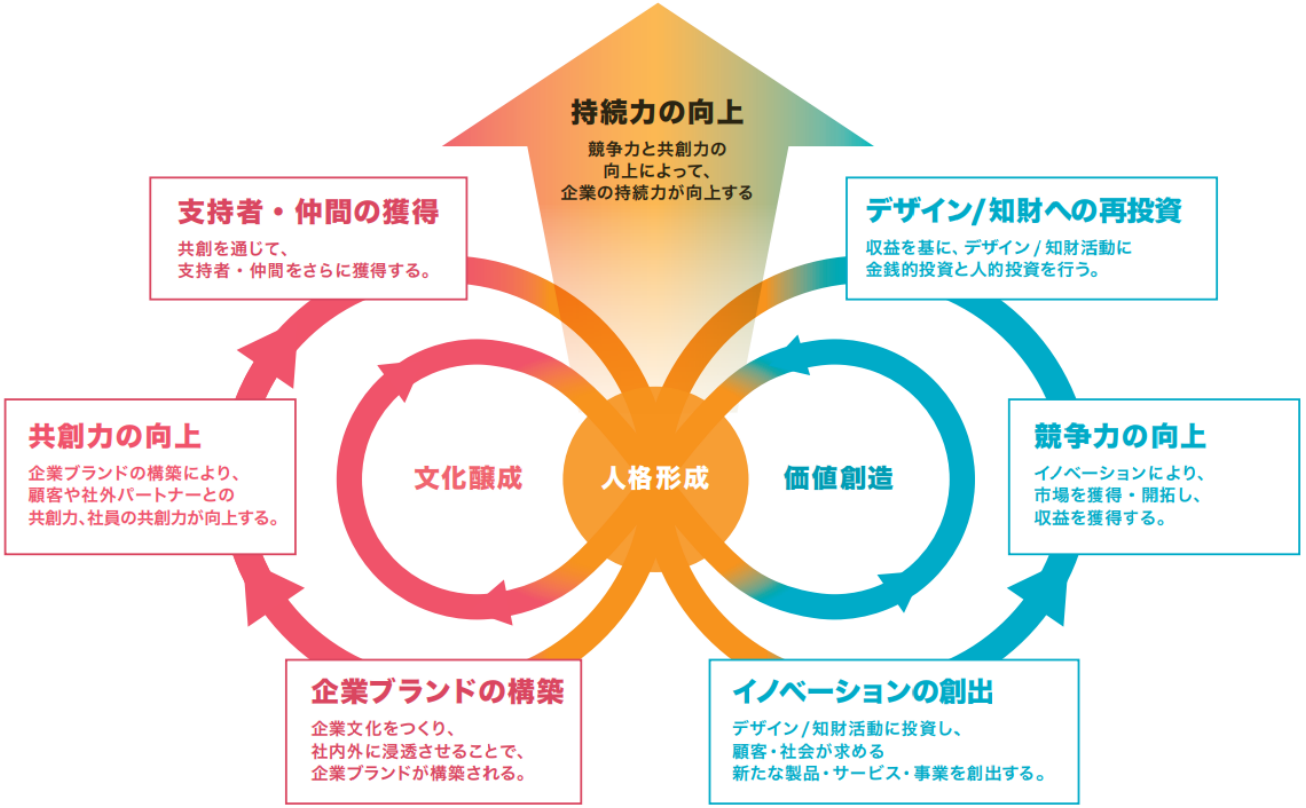
STEP1、2を振り返り、
これから取り組むべき
アクションを検討

目安時間：50分

全体発表・意見交換

デザイン経営における「人格形成」とは？

価値創造と文化醸成に一貫性を生み、付加価値や競争力・共創力の向上、ひいては企業の持続力向上をもたらす **会社の軸** をつくる。



STEP 2-1　「人格形成」の内容を掘り下げる

「STEP2　深掘り・発散」のワークシートのうち「人格形成」の３枚を活用します。
記載されている「問い」に向き合い、あなたの想いや考えを書いてみましょう。
（１５分間）

WORKSHEET　STEP2　深掘り・発散（人格形成①）

会社名：　氏名：

- 「人格形成」の中項目①「自社の個性を見つめ直す（IDENTITY）」について、掘り下げるためのシートです。
- 記入欄の問い①への回答を記入してください。

大項目	中項目①	
人格形成 自社の過去・現在・未来が見えていますか？	自社の個性を見つめ直す（IDENTITY）	① 自社を“人”に例えると、ど （思いついたイメージをでき

WORKSHEET　STEP2　深掘り・発散（人格形成②）

会社名：　氏名：

- 「人格形成」の中項目②「存在意義を深掘りする（MISSION）」について、掘り下げるためのシートです。
- 記入欄の問い②への回答を記入してください。

大項目	中項目②	
人格形成 自社の過去・現在・未来が見えていますか？	存在意義を深掘りする（MISSION）	② 自社は地域や社会にどんな （思いついたイメージをでき

WORKSHEET　STEP2　深掘り・発散（人格形成③）

会社名：　氏名：

- 「人格形成」の中項目③「将来のありたい姿を描く（VISION）」について、掘り下げるためのシートです。
- 記入欄の問い③への回答を記入してください。

大項目	中項目①	記入欄
人格形成 自社の過去・現在・未来が見えていますか？	将来のありたい姿を描く（VISION）	③ 10年後には地域や社会の中でどんな会社でありたいですか？ （思いついたイメージをできるだけ書き出してみましょう）

18

STEP 2-2　「人格形成」のシートを共有する

人格形成の「深堀り・発散」ワークシートに記載したことを以下の点に留意しながら共有しましょう。（１５分程度）

異なる会社のグループメンバーで共有する場合

- どの言葉に自社らしさがよく表れていますか？
- 他の経営陣や社員はどのように感じていると思いますか？
- さらに深掘りをするなら、何を深掘りしたいですか？

同じ会社の異なる立場同士で共有する場合

- 共通項＝自社らしさは何だと思いますか？
- 相違点は何ですか？ その違いからどのような発見・気づきがありますか？
- さらに深掘りをするなら、何を深掘りしたいですか？

補足：デザイン経営のアクションを多面的に検討する

必ずしも人格形成から始める必要はありません。

想いを社内外に伝える
COMMUNICATION

自社の個性を見つめ直す
IDENTITY

顧客と社会のニーズを探る
INSIGHT

社員の意欲と能力を引き出す
EMPOWERMENT

存在意義を深掘りする
MISSION

試行錯誤を繰り返す
PROTOTYPING

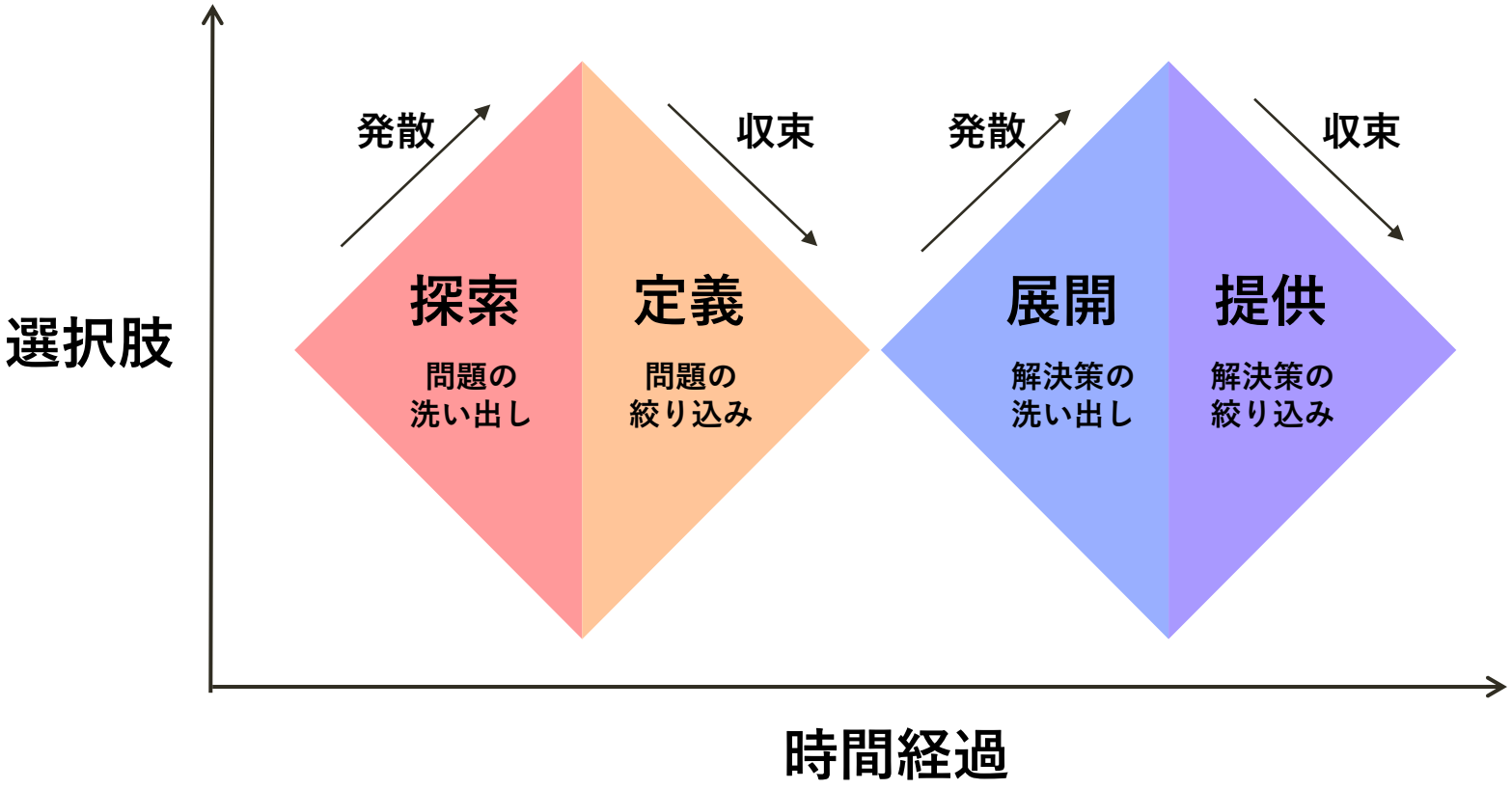
共創する仲間をつくる
COLLABORATION

将来のありたい姿を描く
VISION

心を込めて届ける
GIFT

補足：デザイン経営のアクションの多面的な検討のために

「ダブルダイヤモンド」
正しい**問題**を見つけ、正しい**解決策**を見つける

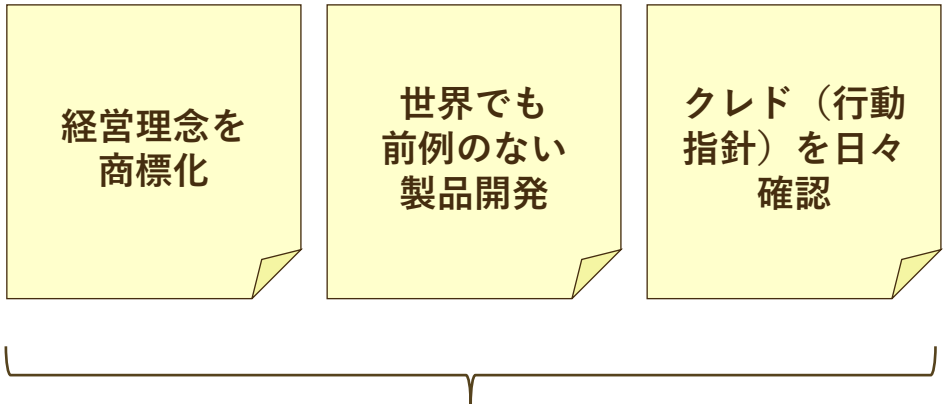


STEP 2-3　発散のために情報収集する

❶ 「中小企業のためのデザイン経営ハンドブック２」の事例パート（P9以降）を読み込みながら、参考にしたい取り組みを付箋に記載しましょう。（20分程度）

❷ お互いに書き出した付箋を共有しましょう。共有する際には、他の人にとっても参考となるように、どのような点が参考になると感じたのかについても共有します。（15分程度）

付箋への記載イメージ



人格形成・価値創造・文化醸成の区分を気にせず、付箋１枚につき、１取り組みで記載しましょう

94

休憩

＊実際の進行に応じて、タイミングを調整してください

95

STEP 2-4　実践アイデアを出し合う

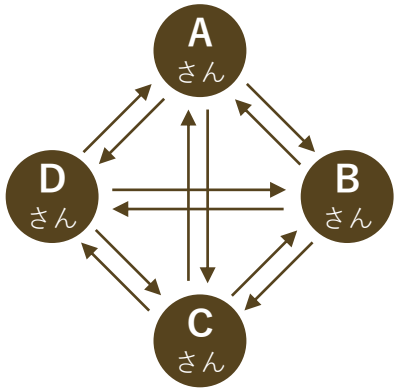
- STEP2 深掘り・発散シートを活用しながら、デザイン経営の取組についてアイデアの発散を行います。（合計60分間程度）
- アイデアを出してもらうテーマオーナーを入れ替えながら、アイデアを出し合います。
- STEP3で活動するアイデアを絞り込みます。この段階では自由な発想で、アイデアの数にこだわりながら、発散し合います。
- テーマオーナーは、メンバーから出たアイデアを深掘りシートや付箋にメモをします。

９つの項目について幅広く検討

テーマオーナーを入れ替えながらアイデア出し

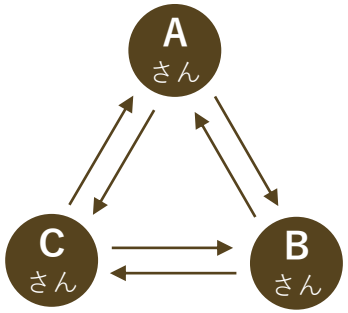
【４人グループの場合】

１人に対して３人で
１５分間×４セットの
アイデア出しを実施



【３人グループの場合】

１人に対して２人で
２０分間×３セットの
アイデア出しを実施



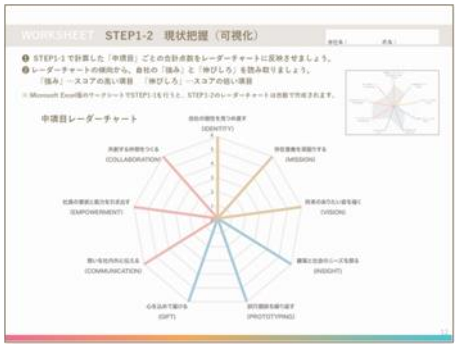
STEP 3　活動検討

STEP1、2を振り返り、
これから取り組むべきアクションを検討します。

STEP 1

現状把握

「現状把握のための問い」に
選択回答し、レーダーチャート
で現状を把握



目安時間：40分

STEP 2

深掘り・発散

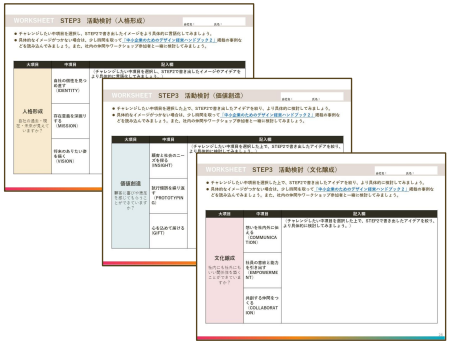
STEP1の結果を踏まえ、
「深掘り・発散のための問い」
に文章で回答

目安時間：90分

STEP 3

活動検討

STEP1、2を振り返り、
これから取り組むべき
アクションを検討

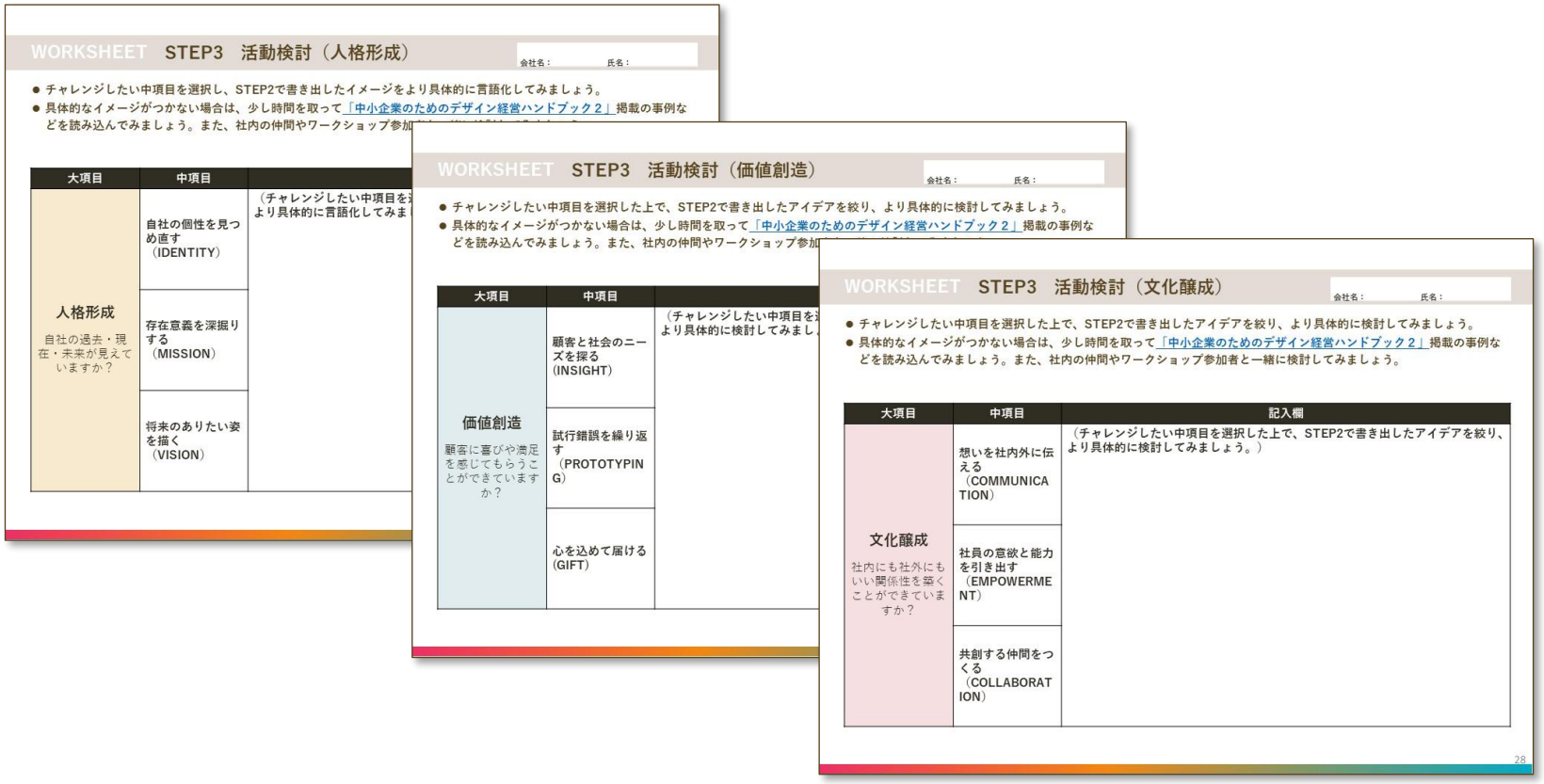


目安時間：50分

全体発表・意見交換

STEP 3-1　具体的な活動を検討する

チャレンジしたい項目（人格形成／価値創造／文化醸成）のワークシートを選択し、STEP 2で書き出した内容をより具体化してみましょう。（目安：20分）
（必要に応じて、次ページの「アクション検討のヒント」や「中小企業のためのデザイン経営ハンドブック２ 」の事例を参考にしてみましょう。）



WORKSHEET　STEP3　活動検討（人格形成）

会社名：　氏名：

- チャレンジしたい中項目を選択し、STEP2で書き出したイメージをより具体的に言語化してみましょう。
- 具体的なイメージがつかない場合は、少し時間を取って「中小企業のためのデザイン経営ハンドブック２」掲載の事例などを読み込んでみましょう。また、社内の仲間やワークショップ参加

大項目	中項目	
人格形成 自社の過去・現在・未来が見えていますか？	自社の個性を見つめ直す（IDENTITY）	（チャレンジしたい中項目を より具体的に言語化してみま
	存在意義を深掘りする（MISSION）	
	将来のありたい姿を描く（VISION）	

WORKSHEET　STEP3　活動検討（価値創造）

会社名：　氏名：

- チャレンジしたい中項目を選択した上で、STEP2で書き出したアイデアを絞り、より具体的に検討してみましょう。
- 具体的なイメージがつかない場合は、少し時間を取って「中小企業のためのデザイン経営ハンドブック２」掲載の事例などを読み込んでみましょう。また、社内の仲間やワークショップ参加

大項目	中項目	
価値創造 顧客に喜びや満足を感じてもらうことができていますか？	顧客と社会のニーズを探る（INSIGHT）	（チャレンジしたい中項目を より具体的に検討してみまし
	試行錯誤を繰り返す（PROTOTYPING）	
	心を込めて届ける（GIFT）	

WORKSHEET　STEP3　活動検討（文化醸成）

会社名：　氏名：

- チャレンジしたい中項目を選択した上で、STEP2で書き出したアイデアを絞り、より具体的に検討してみましょう。
- 具体的なイメージがつかない場合は、少し時間を取って「中小企業のためのデザイン経営ハンドブック２」掲載の事例などを読み込んでみましょう。また、社内の仲間やワークショップ参加者と一緒に検討してみましょう。

大項目	中項目	記入欄
文化醸成 社内にも社外にもいい関係性を築くことができていますか？	想いを社内外に伝える（COMMUNICATION）	（チャレンジしたい中項目を選択した上で、STEP2で書き出したアイデアを絞り、より具体的に検討してみましょう。）
	社員の意欲と能力を引き出す（EMPOWERMENT）	
	共創する仲間をつくる（COLLABORATION）	

28

STEP 3-1　活動検討のヒント（参考資料）

STEP 1～2 のワークで絞り込んだ課題を解決する具体的な活動の方向性を検討するためのヒントです。

	デザインアクション検討のヒント	知財アクション検討のヒント
人格形成	□ 創業時の問題意識や背景、会社の歴史を編纂し、譲れない価値観、個性を見つめ直す。 □ 顧客や取引先、地域の声に対するインタビューを行い、自社が社会に貢献できることについて深掘りする。 □ デザイナーなどと連携し、顧客や社会の変化を検討した上で、自社が将来に目指す姿を想像し、言語化、可視化する。	□ 自社の知財を幅広く発掘・棚卸しして、自社の独自性や自社らしさを深掘りする。 □ 自社らしさが表れた知財、自社の誇りとなる知財を権利化し、確かな形にする。
価値創造	□ 顧客の視点で自社が提供しているモノ・コトを見つめ直す。人々の価値観や行動、社会のニーズの変化に敏感でいる。 □ 実験を推奨し、たくさんの試作をつくる。顧客や専門家に試作品を評価してもらう機会をつくり、その価値を確かめる。 □ 顧客の喜びや満足、感動を追求する。製品だけでなく、顧客とのさまざまな接点と一連の体験に気を配る。	□ 他社の知財権の把握や、自社の知財の活用によって、独自の製品・サービスを開発する。 □ 個々の製品・サービスに関する知財の保護やノウハウなどの秘匿によって、独自性を守る。
文化醸成	□ 自社の想いを物語や目に見える形にして社内外に発信し、共感を生み出す。 □ 社員の挑戦する意欲や能力、前向きな行動を引き出すため、行動の指針や評価の仕組みをつくる。 □ 自社にはない多様な知見をもった外部人材とコラボレーションするための機会をつくる。	□ 知財の創出や知財権の取得に貢献した社員を適切に評価することで意欲・能力を向上させる。 □ 取得した知財権で協業先や顧客からの信頼を得て、事業機会を生み出す。

STEP 3-2　活動検討の結果を共有する

ここまでの検討結果をもとに、自社の今後の活動について一人ずつ宣言をします。その後、時間の許す限り、他の参加者の発表に対するアドバイスや参考になった点についてコメントをし合いましょう。　（目安時間：20分）

発表する際のポイント

- どのような問題意識で、どの領域（人格形成／文化醸成／価値創造）から、どのようなアクションに取り組みますか？

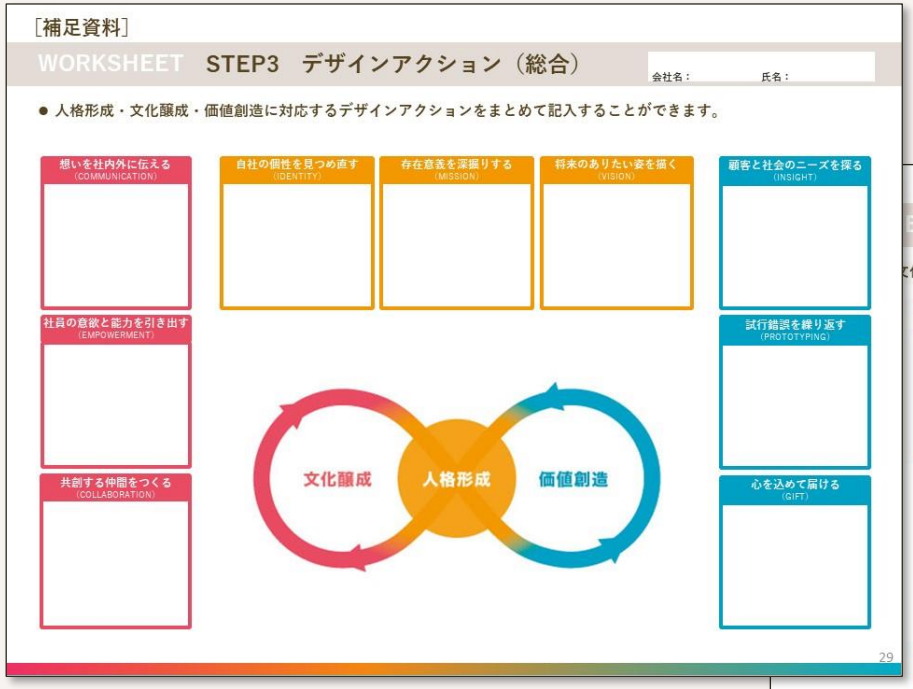
他の参加者の発表にアドバイスやフィードバックをする際のポイント

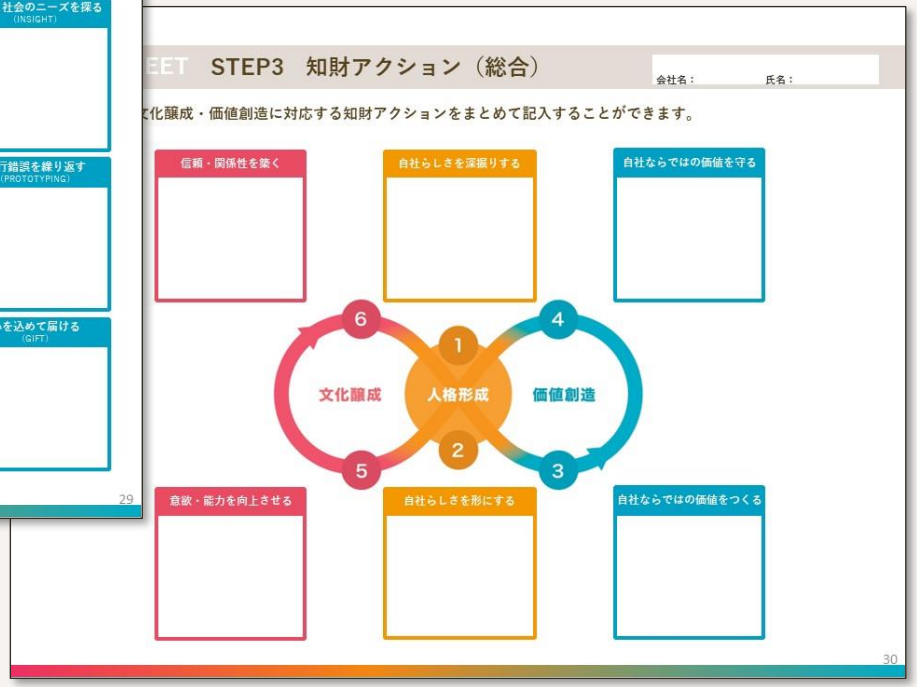
- 他の参加者にとって関連しそうな／参考となりそうな自社の取組について共有できることはありますか？
- 他の参加者の発表で自社も取り入れたいと思ったことはどのようなことですか？

100

STEP 3　活動検討（参考資料）

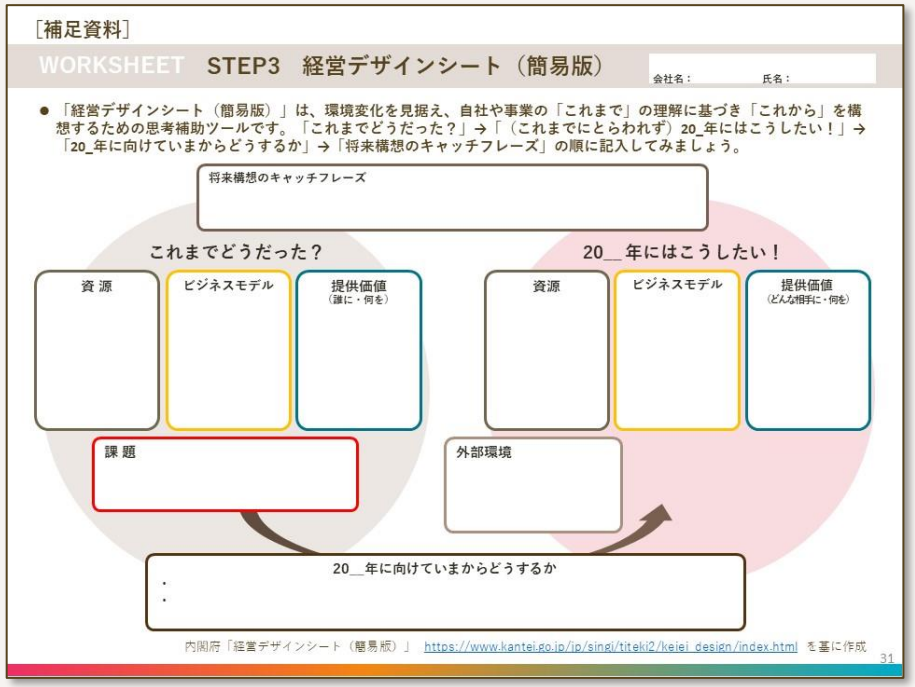
デザイン経営の３つの要素（人格形成・文化醸成・価値創造）に対応するデザインアクションと知財アクションを一覧で記入できるワークシートです。





STEP 3　活動検討（参考資料）

内閣府が公表した「経営デザインシート」は、将来を構想するための思考補助ツールです。
シートに記入していくことで言語化されていく将来構想は、後継者や従業員、金融機関や支援機関など社内外の多くのステークホルダーとの対話ツールにもなります。



※内閣府「経営デザインシート（簡易版）」を基に作成

「経営デザインシート」の詳細は、以下のリンク先をご覧ください。

■内閣府「経営をデザインする」

■日本知財学会経営デザイン分科会

（参考）知財について調べたい場合は？

調べる ➡ 「J-PlatPat　特許情報プラットフォーム」

ジェイ プラット パット

「J-PlatPat」とは？

特許・意匠・商標などの知的財産権や
出願情報など、いわゆる「知財情報」を
インターネットで無料で調べることができる。

できること

特許・実用新案・意匠・商標などの
番号やキーワードでの検索で、
他社の権利調査ができます！

https://www.j-platpat.inpit.go.jp/

（参考）知財支援を受けたい場合は？

相談する ➡ 「知財総合支援窓口」

「知財総合支援窓口」とは？

全国47都道府県に設置している地域密着型の無料相談窓口。中小企業等が抱える経営課題を解決するため、専門家及び関係支援機関と連携して知財の側面から支援を実施。

できること

窓口の支援担当者からのアドバイスや各分野の専門家※からのアドバイスを受けられます！

※弁理士、弁護士、ブランド専門家、デザイナーなど

https://chizai-portal.inpit.go.jp/

おつかれさまでした！

おすすめしたい今後のアクション

定期的・継続的に
コンパスを活用

他の経営陣や従業員と
コンパスで対話

「デザイン経営コンパス Ver.2 －ワークショップ進行スライド－」

2024年7月発行

［発行者］
特許庁

［問い合わせ］
特許庁デザイン経営プロジェクトチーム
PAdesign.project@jpo.go.jp

［特許庁デザイン経営プロジェクト特設ページ］
特許庁はデザイン経営を推進しています。
https://www.jpo.go.jp/introduction/soshiki/design_keiei.html