

2023年度 デザイン経営コンパス ワークショップ実施レポート



目次

- 01 はじめに …… P.03
- 02 「デザイン経営コンパス」ワークショップの実施背景 …… P.04
- 03 「デザイン経営コンパス」とは？ …… P.05
- 04 ユーザーと活用の目的・場面 …… P.06
- 05 「デザイン経営コンパス」ワークショップの実施事例 …… P.07
 - 事例 1 北海道：旭川市
 - 事例 2 福島県：一般社団法人福島県発明協会
 - 事例 3 千葉県：一般社団法人ブランディングデザイン協会
 - 事例 4 岐阜県：株式会社OKB総研
 - 事例 5 大阪府：有限会社セメントプロデュースデザイン
- 06 ワークショップ設計における工夫の例 …… P.34
- 07 ワークショップ実施後アンケート・インタビューの分析及び改善点 …… P.37
- 08 ワークショップ実施報告会の概要 …… P.42
- 09 「デザイン経営コンパス」の改良 …… P.43
- 10 参考資料 …… P.44

01 はじめに ～デザイン経営の実践・支援の糸口をつかんでいただくために～

ビジネスの上流からデザインを活用することの重要性を訴えた経済産業省・特許庁のレポート『「デザイン経営」宣言』の公表から2023年5月で5年が経過しました。

この間、特許庁は、各地の経済産業局や中小企業庁と連携しながら、中小企業のデザイン経営の推進に取り組んできました。

中小企業の取組に目を向けてみると、デザイン経営が定着している企業の多くは、ブランド力の向上や魅力ある商品・サービスの創出などの効果を実感しています。また、自治体や支援機関が、セミナーや人材育成、専門家による伴走支援などに取り組むなど、地域主導でデザイン経営を推進する動きも徐々に広がっています。

しかし、デザイン経営が定着している中小企業も、支援する自治体や支援機関も、全体の一部であり、それぞれが実践・支援の方法を模索しているのが実情です。

そこで、特許庁は、デザイン経営の考え方と優れた実践・支援事例をまとめた『中小企業のためのデザイン経営ハンドブック2』、また、デザイン経営の実践・支援の糸口をつかんでいただくためのツール「デザイン経営コンパス」を作成し、2023年7月に公表しました。

そして今回は、デザイン経営コンパスの普及と効果検証を目的として、中小企業向けデザイン経営導入支援ワークショップを全国5地域の自治体・支援機関・支援企業と共催すると共に、そこで得られた意見や気づきを基に、デザイン経営コンパスの改良を行いました。

この報告書は、全国5地域で実施したワークショップの取組のポイントや結果を中心にまとめたものです。デザイン経営の実践・支援の現場でデザイン経営コンパスを活用いただく際の参考にしていただけたら幸いです。

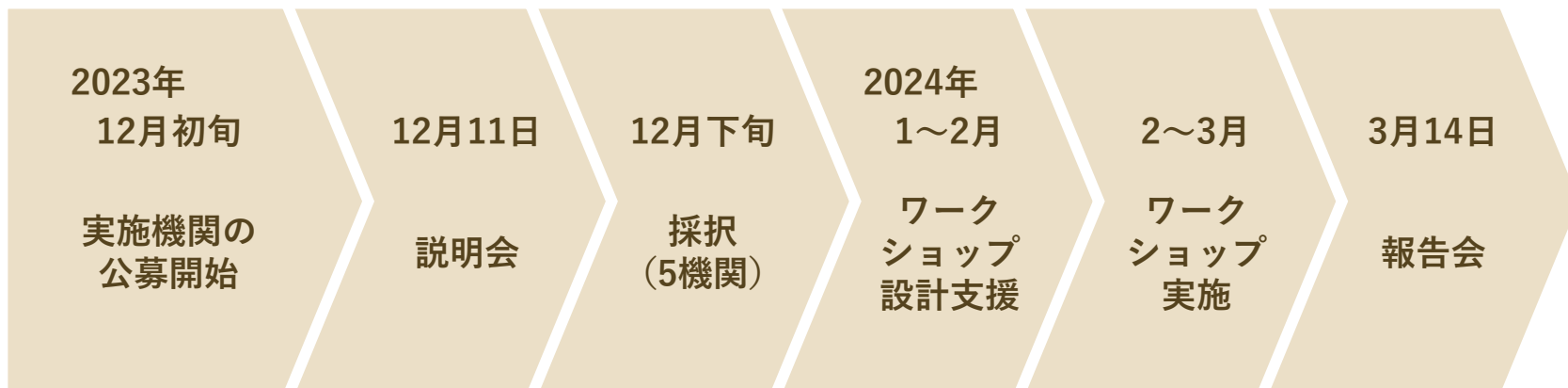
特許庁 デザイン経営プロジェクト 中小企業支援チーム

背景

本事業（※）では、特許庁デザイン経営プロジェクトチームが2023年に公表したデザイン経営実践支援ツール「デザイン経営コンパス」の普及モデル構築と効果検証を目的として、全国から公募した5地域の協力実施機関と中小企業向けのデザイン経営導入支援ワークショップを設計・共催し、その結果を報告すると共に、「デザイン経営コンパス」の改良を行いました。

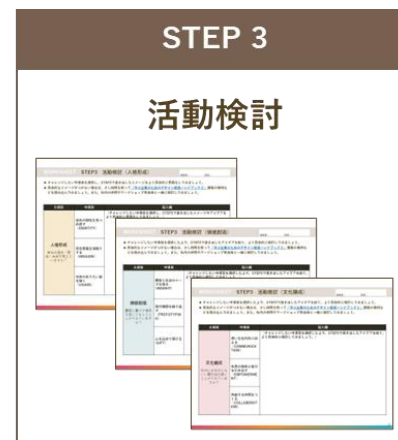
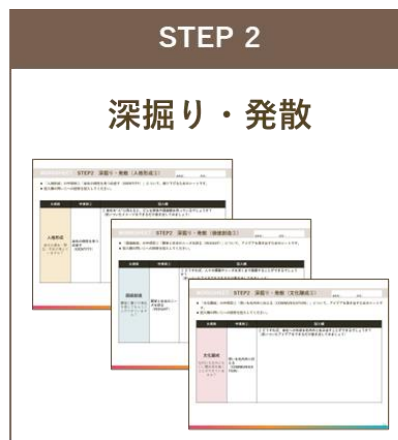
※特許庁「令和5年度 福島協創事業等に対応した知的財産の創出活動に関する調査事業」（事業B 中小企業のデザイン経営推進プロジェクト）

事業の実施スケジュール



03 「デザイン経営コンパス」とは？

- 「デザイン経営コンパス」は、自社の現状を「デザイン経営」の視点（人格形成、文化醸成、価値創造）で振り返り、これからの取組の方向性を検討していただくための支援ツールです。
- 活用ステップは、「現状把握」「深掘り・発散」「活動検討」の3ステップです。



04 ユーザーと活用の目的・場面

- 「デザイン経営コンパス」の想定ユーザーと活用の目的・場面です。

ユーザー	自社の変革に挑戦したい 企業の皆さま※	企業の変革を後押ししたい 支援機関・支援者の皆さま
目的	● 自社の取組の見直し ● 経営者と従業員の対話促進 ● 今後の取組の検討	● 企業との対話 ● 今後の支援施策検討 ● 支援施策の効果把握
場面	● 社内での勉強会やミーティング ● 経営計画の策定時 ● 事業承継の検討時	● セミナーやワークショップ ● 伴走支援等の前後

※ 特に以下のような課題を抱えている中小企業の皆さま

会社の軸を見直したい

新規事業を作りたい

販路を広げたい

下請けから抜け出したい

優秀な人材を採用したい

会社の空気を変えたい

- デザイン経営コンパスワークショップの協力実施機関として、全国から以下の5機関を採択しました。
- 各地域でのワークショップ実施にあたっては、「活用ガイド」に掲載したワークショップの内容を基本型としつつ、各協力実施機関によるデザイン経営支援の取組状況や問題意識を踏まえ、各機関と個別にディスカッションしながら協同でゴール設定とワークショップ設計を行いました。
- 以降のページでは、各協力実施機関と共催したワークショップのポイントを紹介します。

- 事例 1 北海道：旭川市
- 事例 2 福島県：一般社団法人福島県発明協会
- 事例 3 千葉県：一般社団法人ブランディングデザイン協会
- 事例 4 岐阜県：株式会社OKB総研
- 事例 5 大阪府：有限会社セメントプロデュースデザイン

各地域におけるワークショップの実施概要

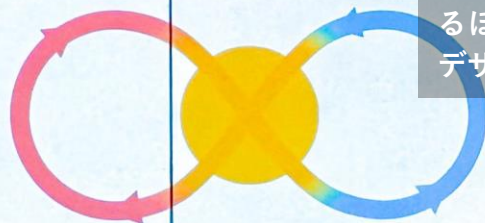
※ファシリテーターの所属・役職は、2024年3月時点

協力実施機関	ワークショップ 開催日時	参加 企業数	ファシリテーター	実施対象・実施内容
旭川市	2024年 2月20日(火) 13:00-16:00 3月5日(火)13:00-16:00 合計6時間	4社	株式会社 須田製版 佐藤公哉 氏 北海道アーツ&クリエイション合同会社 代表 横井昂也 氏 ※いずれも旭川デザインプロデューサー (ADP)	【対象】主に旭川デザインプロデューサー (ADP) の支援先中小企業 【内容】デザイン経営を軸とした経営全般の見直しとデザインアクションの検討
一般社団法人 福島県発明協会	2024年 2月28日(水) 10:00-16:30 合計5時間30分	4社	知的財産研究教育財団 知的財産教育協会 事業部長 近藤泰祐 氏 ミテモ株式会社 代表取締役 澤田哲也	【対象】県庁・協会共催による経営デザインシートワークショップ参加者 【内容】ビジョン実現に向けた移行戦略を推進するためのデザイン経営導入とデザインアクションの検討
一般社団法人 ブランディング デザイン協会	2024年 2月7日(水) 9:15-16:30 合計6時間	4社	一般社団法人ブランディングデザイン協会 代表理事 (千葉工業大学創造工学部デザイン科学科 教授) 長尾徹 氏	【対象】協会の支援先・協力パートナー 【内容】デザイン経営コンパスと独自開発したブランドガイドライン検討プログラムを組み合わせ、組織に一貫性を生み出すための方法を検討
株式会社OKB総研	2024年 2月27日(火) 10:00-17:00 合計6時間	3社	株式会社OKB総研 戦略事業部 部長 長瀬一也 氏	【対象】過去セミナー参加企業や個別コンサルティング支援企業を対象 【内容】デザイン経営についての理解促進と人格形成の深掘り、デザイン経営推進に向けたデザインアクションの検討
有限会社 セメントプロデュース デザイン	2024年 2月9日(金) 10:00-12:00 2月26日(月) 13:00-15:00 合計4時間	6社	有限会社セメントプロデュースデザイン プロデュース部 ディレクター 渡辺直樹 氏	【対象】新商品開発ゼミ参加企業 【内容】会社の軸を見直すための人格形成の深掘りとデザイン経営推進に向けたデザインアクションの検討

事例 1 北海道：旭川市 ①

2019年に、ユネスコ創造都市ネットワークのデザイン分野に加盟認定を受け、活動の推進母体であるあさひかわ創造都市推進協議会（市が事務局）と連携し、デザイン経営の推進や人材育成、デザインイベント開催などに取り組んできた。また、令和5年4月からデザインの最高責任者であるチーフデザインプロデューサーを配置し、行政でのデザインの活用に取り組んでいるほか、11月にはデザインに関する地域おこし協力隊を配置しデザイン都市である旭川・あさひかわを推進している。

ASAHIKAWA DESIGN PRODUCER



「デザイン経営コンパス」ワークショップ

2024.2.20
@旭川デザインギャラリー



事例 1 北海道：旭川市 ②

これまでのデザイン経営に関する取組

- 2020年からデザイン経営を実施する中小企業の伴走者として旭川デザインプロデューサー（以下、ADP）の育成に取り組んできた。2024年1月からADPを派遣する事業を開始している。
- 旭川信用金庫や中小企業家同友会などと連携し、経営デザインシートやバリューデザインシートの作成ワークショップを実施するなど、中小企業に経営資源としてデザインを活用する啓発活動を展開。

実施背景／問題意識

- 2019年から中小企業やADP等をはじめとする伴走支援者に対し、デザイン経営や経営デザインシートに関するセミナー、ワークショップ等を開催。経営デザインシートの活用事例も生まれつつある。
- 地域内の中小企業へのデザイン経営の認知度は高まるものの、「実際にどのように取り組んで良いかわからない」「自社の事業にデザインは無関係」という声が多くみられる。
- デザイン経営に対する理解深耕を目的とするのではなく、企業価値向上・競争力向上につながるデザイン活用を促進する仕組みづくりが必要。

ゴール／目標

- 旭川ならではの人的リソースであるADPを活かし、デザイン経営コンパスを用いた旭川版デザイン経営導入支援モデルを構築する。
- ワークショップのファシリテーションができるADPを育成し、本事業終了後も継続的に地域内でワークショップを開催できる自走状態を目指す。

事例 1 北海道：旭川市 ③

実施概要

日時：2024年 2月20日（火） 13:00-16:00
3月 5日（火） 13:00-16:00

場所：旭川デザインギャラリー

参加者数：4名

参加企業：株式会社ウッドワーク／株式会社シェア
ウィング旭川支店／カフェコニー／緑川木材
株式会社

実施内容

ADPの支援先中小企業を中心に、デザイン経営を軸とした経営全般の見直しと今後の活動の検討。ADPの多様性を活かし、さまざまな視点からデザインアクションを検討することで具体的なアイデアづくりを支援した。

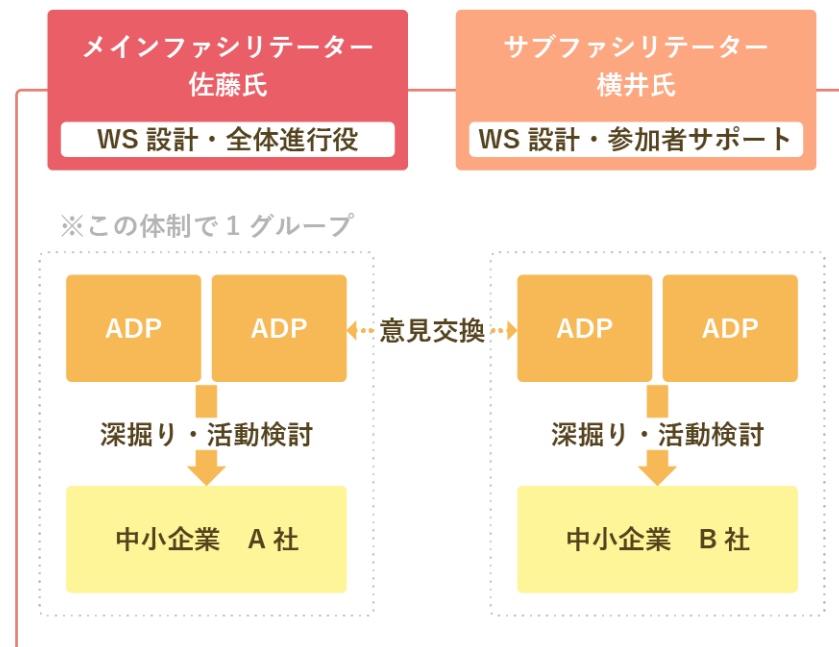


実施体制

- メインファシリテーター 1名
- サブファシリテーター 1名
- （参加企業1社につき）ADP 2名（計8名）
- 企業 4社（4名）

【実施体制の狙い】

参加企業と関係性のあるADP1人、関係性のないADP1人の計2名を割り振ることで、バランスの取れた深掘りを実施。



事例 1 北海道：旭川市 ④

カリキュラムの特徴

市内の中小企業とADP（既に企業と関係性があるメンバーと関係性がないメンバーの混成）がグループとなり、デザイン経営コンパスを活用し、ワークショップを実施した。2回のワークショップとワークショップ間の宿題を通して、それぞれ専門性が異なるADPや自社の従業員などの多様な視点を取り入れ、発散と収束を繰り返すことで、事業者が取り組むべきデザインアクションを具体化するプロセスが特徴的である。

カリキュラム

Day 0	プロセス	アクティビティ
	①	参加者へのデザイン経営ショートレクチャー／ADPメンバーへのワークショップ落とし込み&事業者の問題意識の整理

Day 1	プロセス	アクティビティ
	②	ワークショップ&概要の説明
	③	STEP1現状把握／STEP2深堀り／STEP3活動検討
	④	事業者発表／意見交換

【宿題】

- ・STEP2シートを職場に掲示し深堀り（日常の気づきを記録し、短い文章にまとめる）
- ・関係者へのプレゼン（違う視点からフィードバックをもらいシートへ反映する）
- ・今後巻き込みたい人を想像し、可能であれば連れて来る

Day 2	プロセス	アクティビティ
	⑤	前回のワークショップの宿題発表&フィードバック
	⑥	スモールアクションプラン検討
	⑦	「私のデザイン経営宣言」で今後の行動方針を発表

③
④
⑥



STEP2のワークシートをA1サイズで印刷し、アイデアを付箋で貼り出すことで、議論を可視化

⑥



ADPメンバーをシャッフルし、意見交換することで新たな視点での気づきを与えた。

事例 1 北海道：旭川市 ⑤

ワークショップ設計のポイント

- 企業1社につき、2名のADPが深掘り・発散をサポートした。
- ワークシートをA1サイズに出力し、アイデアを可視化することで活発な議論を誘引した。
- ワークショップ1回目と2回目との間にワークシートを社内に持ち帰り、社内対話の時間を設けることで、経営者と従業員の相互理解を促した。

アンケート結果 (参加企業からの声)

「プロとプレストして思考をまとめてもらえる機会はすごく貴重。」
「思考の整理ができた。魅力的な出会いがあった。」
「内容が難しい項目もあるので、サポートしてくれる方がいてほしいと感じました。」



実施機関の振り返り

- 各社に合わせたADPメンバーを振り分け、伴走できたことが良かった。
- カリキュラムの途中、ADPメンバーをシャッフルするなど、参加者に新しい気づきを与えることができた。
- ADP自体が横並びで進んでいるので、指示系統など組織体制を整え、今後自走していくときにどうしていくかが課題である。

4月以降の取組について

- まずはADPの体制を整えたうえで、地域の中小企業を巻き込んで自走していく仕組みを作っていきたい。
- 地域の資源だけでは達成できない部分などは、外部ともうまく連携しながらデザイン経営を導入している事例を今後も増やしていく予定。

事例 2 福島県：一般社団法人福島県発明協会 ①



地域における発明奨励、振興事業として、福島県発明展などの開催。産業財産権制度の普及事業として、知財財産に関する講習会などの開催。また、INPIT福島県知財総合支援窓口及びふくしま知財戦略支援センターを開設し、知的財産に関する県内唯一の支援機関として中小企業等に対し知財支援を実施している。

事例 2 福島県：一般社団法人福島県発明協会 ②

これまでのデザイン経営に関する取組

- 2011年からINPIT福島県知財総合支援窓口を運営するなど、知財総合支援窓口として、知財を切り口とした支援は実施してきたが、デザイン経営の支援実績は多くない。

実施背景／問題意識

- 近年、社会環境の急速な変化に伴い、中小企業も経営の見直しを迫られているが、あるべき姿や具体的な方策立案に苦慮をしている。新たな展開や事業立ち上げに際しては、安定した経営軸や価値判断の基準が不可欠である。このため、デザイン経営手法の導入が求められ、中小企業は自社の存在意義を再確認し、企業価値の向上を図ることで、持続的な成長を実現する必要がある。
- 2022～2023年に「経営デザインシート」を活用した価値デザインセミナーを行ったが、その後具体的な手が打てずにいる事業者の中で、ネクストアクションに進めそうな企業に対しての意識改革を進めたい。

ゴール／目標

- 価値デザインセミナーに参加した企業が、今後どのような価値やサービスを提供出来るか、デザイン経営コンパスの中でより具体的に落とし込んだ活動指針を策定する。
- 経営デザインシートとデザイン経営コンパスを併用し、洗い出した課題を社内に水平展開しアクションに結びつける。

事例2 福島県：一般社団法人福島県発明協会 ③

実施概要

日時：2024年2月28日（水）10:00-16:30

場所：郡山商工会議所

参加者数：6名

参加企業：株式会社津工場／株式会社田村薬草農場グループ／有限会社藤製作所／株式会社マザーソリューション

実施内容

県庁・協会共催による「経営デザインシート」ワークショップ参加者を対象に、ビジョン実現に向けた移行戦略を推進するためのデザイン経営導入とデザインアクション検討を行うワークショップを実施した。

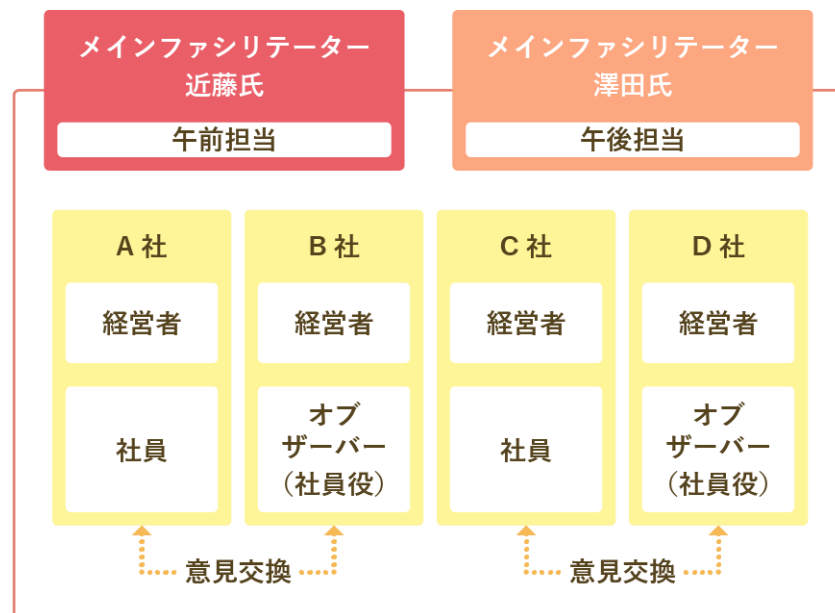


実施体制

- メインファシリテーター 2名 午前午後で交代
- 企業 4社（6名）
- オブザーバー 2名

【実施体制の狙い】

1名参加の企業はオブザーバーが社員役の壁打ち相手として参加した。デザインアクションを検討するパートでは、アイデアを十分に発散させることを目指し、他企業、ファシリテーター、事務局の全員がアイデア発散に加わる体制をとった。



事例 2 福島県：一般社団法人福島県発明協会 ④

カリキュラムの特徴

経営デザインシート（KDS）でビジョンと未来のビジネスモデルを描いた企業が、社員を巻き込みながら移行戦略を推進することを目的とし、デザイン経営コンパスを活用したワークショップを実施した。各社のKDSに対し、個別にコメントをしながらデザイン経営コンパスとの接続を明確化した。また複数回に渡り社内対話の機会を設け、経営者と社員の相互理解を促すとともに、参加者が立場を超えてアイデアを出し合うカリキュラムでデザインアクションの具体化に繋げた。

カリキュラム

AM	プロセス	アクティビティ
	①	ワークショップ & 概要の説明
	②	経営デザインシートブラッシュアップ版について発表
	③	STEP 1 現状把握と社内共有を通じた対話
PM	④	デザイン経営に取り組む上での課題整理
	⑤	STEP2-1 人格形成の深掘りと社内対話
	⑥	デザイン経営ハンドブック 2 を用いた事例研究
	⑦	STEP2-2 価値創造・文化醸成のためのデザインアクションについて会社を横断してブレインストーミング
	⑧	STEP3 活動検討と宣言
	⑨	振り返り - デザイン経営と経営デザインシートとの関係性

②



事前にブラッシュアップした経営デザインシート発表後、個別にメインファシリテーターからワークショップでの目標設定や深掘りポイントをアドバイスした。

③

経営者と社員とで現状認識の共通点・相違点の背景要因について深掘りし、課題を整理する対話を通して、社内の相互理解を促した。

⑦



各社テーマを設定し、参加企業が入り交じりながら、デザインアクションについてブレインストーミングを実施。ファシリテーター、事務局もアイデア出しに加わった。

事例2 福島県：一般社団法人福島県発明協会 ⑤

ワークショップ設計のポイント

- 参加企業に経営デザインシートを事前にブラッシュアップしてもらい、ワークショップにおける深掘ポイントをフィードバックしながら、参加企業ごとにデザイン経営コンパスとの接続を明確化した。
- 現状把握や人格形成についての認識など、経営者と従業員の立場による視点の違いについて相互理解を促すために、各ワーク後に共通点や相違点の背景要因について対話する時間を設けた。
- デザインアクションのアイデア出しが十分に発散されるよう、他企業、ファシリテーター、事務局の全員がアイデア発散に加わる体制をとった。

アンケート結果 (参加企業からの声)

「一社員が経営者と一緒に参加できるのが斬新で有意義でした。参加者が増えるとより情報交換の機会が増えて良いと思います。」

「経営にはビジョンが絶対必要です。このセミナーではとても分かりやすく指導いただきました。」

「自社についてや仕事に取り組む姿勢や思いについて、なかなか社員に踏み込んで聞けなかったり伝えているつもりで伝えきれてなかった部分もあったので、こういった機会に2人で参加することができて良かったです。」

実施機関の振り返り

- 経営デザインシートを作成し、経営者としてビジョンを思い描いたものの、従業員との意識の差があり、思うように移行戦略が進まないことに悩んでいる企業は多い。本セミナーに参加し、デザイン経営コンパスの必要性や手応えを感じてもらえたと考えている。
- 新規事業開発やビジネスモデルの転換における社内への展開に苦慮している企業が多いことから、今回は経営者と社員代表者の2名に参加していただいた。今後、社内でさらに他の経営層や社員を巻き込んで、本ワークショップの実施と浸透により組織課題を解決することが期待できる。

4月以降の取組について

- 参加した企業が具体的なアクションが出来るように引き続きサポートしていきたい。
- 経営デザインシートのセミナーのフォローアップとしてデザイン経営コンパスの活用方法について、継続的に検討する。

事例3 千葉県：一般社団法人ブランディングデザイン協会 ①



千葉県を中心に全国各地の中小企業、商工団体、支援機関に対して、「デザイン教育事業（デザイン思考をベースとした教育。デザイン思考検定、資格取得講座の実施運営。）」と「デザイン啓発事業（企業、自治体、商工業団体、企業支援機関と連携し、デザイン経営やデザイン思考の啓発のためのセミナーやワークショップの実施。ブランディング支援、地域活性化支援、DX推進支援、キャリアアップ支援など。）」をおこなっている。2022年度支援実績…33社

事例3 千葉県：一般社団法人ブランディングデザイン協会 ②

これまでのデザイン経営に関する取組

- 中小企業に対してブランディングデザイン支援やデザイン思考を活用したセミナーやワークショップ（デザイン経営、ブランディング、DX、事業承継）を提供。
- 実績としては、麻績村商工会主催「麻績村の価値を考えるワークショップ」「麻績メッセ（イベント）の企画・運営サポートおよび出展者向けブランディングセミナー」、千葉県内の事業者、大学、自治体が共創するMIRAI KOMINIKAI for School主催デザイン思考WS、千葉市産業振興財団主催「DXとデザイン思考を活用した生産性向上セミナー」、経済産業省主催「地域サービス事業者の競争力強化に向けた自治体向けソリューションピッチ」への登壇などがある。

実施背景／問題意識

- 千葉県の中小企業が直面している重要な課題の一つは「人材の確保・育成・定着」である。主な要因は特に若手人材の確保が困難であること、東京都と隣接していることによる人材の流出である。地域内で優秀な人材を確保し、安定的な雇用を維持することは、地域経済の持続可能な成長に必要な不可欠であると考えている。また、若者、女性、高齢者、障害者、外国人等多様な人材の活躍の促進、技術革新やデジタル化などの社会変化に柔軟に対応できる人材の確保・育成についても大変重要であると考えている。
- 今まで行ってきたリブランディングや組織マネジメントの構築支援、当協会のオリジナルカリキュラムにデザイン経営コンパスを取り入れ、受講者にデザイン経営を理解していただくと共に、デザイン経営を啓発・普及させていくかを模索している。

ゴール／目標

- 企業の課題を洗い出し、採用に繋げるためのインナーブランディングワークショップを設計する。
- デザイン経営コンパスをどのように活用するか、洗い出した課題を改善し、4月以降に活用する。
- デザイン経営コンパスを活用することでデザイン経営に対するハードルを下げ、デザイン経営を導入する検討をしていただく。

事例3 千葉県：一般社団法人ブランディングデザイン協会 ③

実施概要

日時：2024年2月7日（水）9:15-16:30

場所：神田外語大学

参加者数：7名

参加企業：株式会社IdealWorks／株式会社オカムラ
ホーム／株式会社千葉経済開発公社、他

実施内容

協会の支援先・協力パートナーを対象に、デザイン経営コンパスと独自開発したブランドガイドライン検討プログラムを組み合わせ、組織に一貫性を生み出すための方法を検討するワークショップを実施した。

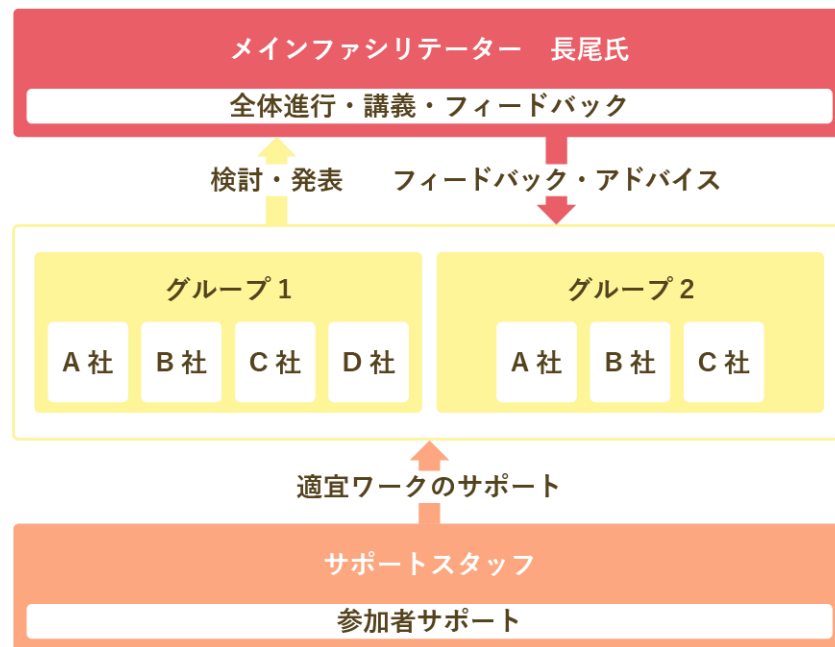


実施体制

- メインファシリテーター 1名
- サポートスタッフ 1名
- 企業 4社（7名）

【実施体制の狙い】

多様な視点を取り入れる場とするために異なる企業の参加者同士をグループ編成。ワーク中、サポートスタッフがグループを巡回し、参加者の議論や検討をサポートした。



事例3 千葉県：一般社団法人ブランディングデザイン協会 ④

カリキュラムの特徴

企業のブランディングに豊富な知見を持つ専門家がメインファシリテーターをつとめ、デザイン経営コンパスと独自開発したプログラムを組み合わせたワークショップを実施。デザイン経営の観点から現状把握、活動検討を行った上で、自社らしさを言語化するブランドステートメントやブランドのらしさを守るためのブランドガイドライン制作と活用方法を通して、組織に一貫性を生み出す具体的なアクションを検討するプログラムづくりに取り組んだ。

カリキュラム

	プロセス	アクティビティ
AM	①	ワークショップ&概要の説明
	②	デザイン経営コンパスを活用した現状把握と活動検討 STEP1現状把握/STEP2深堀り/STEP3活動検討
	③	ブランドステートメントについてのレクチャー
	④	ベンチマークのブランドステートメントの分析
	⑤	自社のブランドステートメントの制作と中間発表
PM	⑥	ブランドガイドラインについてのレクチャー
	⑦	ブランドガイドラインの検討
	⑧	ブランドガイドラインの活用方法の検討
	⑨	最終発表とメインファシリテーターからのフィードバック

③
④
⑤
⑥
⑦
⑧



ブランディングの方法論を解説した上でワークを実施し、具体的なアウトプットを引き出した。

④

他社を分析することでブランドステートメントの意義や構造についての理解を促進した。

⑤
⑥
⑦
⑧
⑨



都度発表とコメントの時間を設けることで、参加者同士の気づきや発見を促した。

事例3 千葉県：一般社団法人ブランディングデザイン協会 ⑤

ワークショップ設計のポイント

- 経験豊富なファシリテーターが講師として立ち、各参加者に合わせて柔軟に事例やポイントを交えた講義を行った。
- ベンチマークとなる会社を分析し、自社へ反映する実施機関のオリジナルワークと接続をした。
- 参加企業の2名を異なるグループに分け、他企業との交流や目線を取り入れるような設計にした。

アンケート結果 (参加企業からの声)

「自身にとって認識がないワードだったので大変有効でした。また機会があればお願いいたします。」

「ワークを通して調べる、気づく、まとめる事が出来ました。その中で他社のブランドガイドラインや色、デザインなどがとても参考になりました。また、他社の方とディスカッションしたり、発表を聞く事で刺激を頂くことができました。」

「ミッション ビジョン バリュー ブランドステートメントを考える機会となった」

実施機関の振り返り

- デザイン経営コンパスを使うことにより、自社について棚卸しができる。
- 今回、デザイン経営コンパスとインナーブランディングに特化したプログラムとを組み合わせた。プログラム間の接続方法はさらなる改良が必要だが、様々なプログラムと接続させることで様々なシチュエーションに活用できる手応えを得た。
- デザイン経営コンパスに記載されている問いや言葉が抽象的であるため、実施機関として参加者をフォローするための補足やマニュアルがあると尚良い。

4月以降の取組について

- 外部のファシリテーターを交えてデザイン経営、デザイン経営コンパスの使い方セミナーやデザイン経営コンパスを活用した採用&インナーブランディングセミナーなどを開催。その後、参加企業に対する個別相談会または個別支援を予定している。

事例 4 岐阜県：株式会社OKB総研 ①



岐阜県の地方銀行である大垣共立銀行の関連会社で、調査研究事業や民間企業向けのコンサルティング、公共受託等を営む。主に大垣共立銀行のお取引先向けに年間約120件のコンサルティングを実施。2018年からは人材紹介業も開始し、人や組織に関するトータルサポートができる体制にある。2019年には名古屋久屋大通公園でFabCafe Nagoyaの運営に参画して、地域の事業者に新たな領域との接続をサポートしている。

事例4 岐阜県：株式会社OKB総研 ②

これまでのデザイン経営に関する取組

- 2021年5月に、当社が運営する法人会員組織の共立ビジネスクラブ会員向けの会報誌「KBC TIMES」で「デザイン経営」をテーマに、中小企業経営者とデザイナーの対談を掲載。
- FabCafe Nagoyaでの取組を中心にデザイン経営について啓蒙を行う。出資している株式会社FabCafe Nagoyaでは、「バイアス破壊プログラム」として、企業向けの人材育成プログラムを提供中。

実施背景／問題意識

- 産業構造が強固である東海エリアの中小企業は安定した受注が見込まれる中、自社の技術を磨き、ノウハウを蓄積し、効率化を進めていくことで利益を確保してきた。
- 産業構造が変化するという認識は持っているものの、現在の下請構造で業務を営んできていた体質から、将来を自ら設計していくことが得意とは言えない。
- 自社の周りやそれ以外の領域の多様な方々と交わりながら新たな視点を得て、将来をデザインしていく行動ができると、既に備わっている技術力やノウハウが更に価値を持つ。東海エリアはそういったポテンシャルを持っている。

ゴール／目標

- 経営者だけで課題を解決するのではなく、社員や支援機関を頼ることの必要性を伝えたい。
- 対話がはずむ場づくりを心掛け、参加企業の本音を聞き出す。

事例 4 岐阜県：株式会社OKB総研 ③

実施概要

日時：2024年2月27日（火）10:00-17:00

場所：OKB総研セミナールーム

参加者数：6名

参加企業：株式会社戸田塗装工業／岐阜商事株式会社／
田澤電材株式会社

実施内容

実施機関が過去に開催したセミナーへの参加企業やコンサルティング支援企業を対象に、デザイン経営についての理解促進と人格形成の深掘り、デザイン経営推進に向けたデザインアクションの検討を支援した。

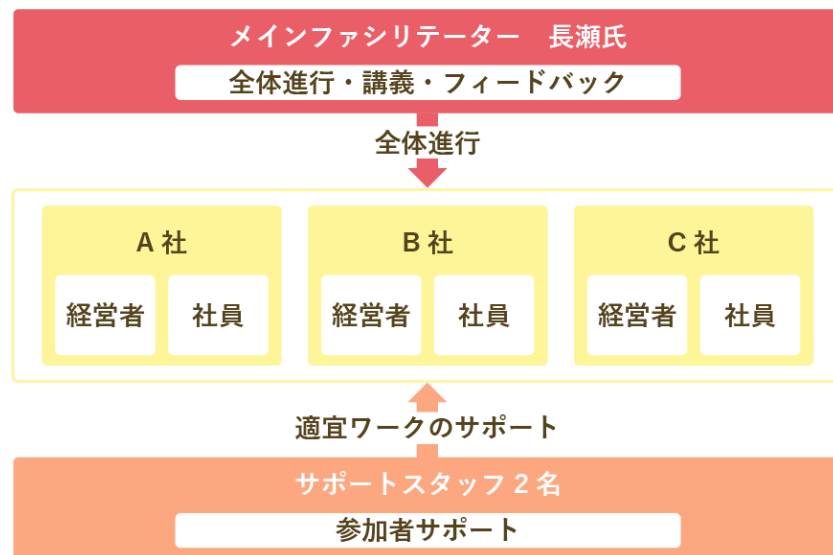


実施体制

- メインファシリテーター 1名
- サポートスタッフ 2名
- 企業 3社（6名）

【実施体制の狙い】

デザイン経営についての講義からワークの進行、参加者のサポートまで一貫して実施機関の社員が担当し、次年度以降も社内リソースでワークショップを継続可能な体制を構築した。全員で同じテーブルを囲み、参加企業間での意見交換を促進。発言が減ったタイミングでサポートスタッフ2名が壁打ち相手となった。



事例 4 岐阜県：株式会社OKB総研 ④

カリキュラムの特徴

現状を打破することに関心がある中小企業を対象にデザイン経営コンパスを活用したワークショップを実施した。参加企業の中には「デザイン」や「デザイン経営」に馴染みのない企業も多いため、中小企業の経営者の目線でデザイン経営の意義や概要について理解を深めることに重点的に時間を割いた。また、デザインアクションを考える際に、心理的に安心・安全な場作りや固定概念（バイアス）を取り払う仕掛けを施し、参加企業の柔軟な発想を促した。

カリキュラム

【事前課題】

- 自分の人生に影響を与えたもの、人に話すにつれ熱くなってしまうものなど参加者の人柄が分かるものと考えてきてもらうように依頼し、アイスブレイクで活用する

AM	プロセス	アクティビティ
	①	アイスブレイク① 参加者同士の人柄を知る
	②	アイスブレイク② 参加者間のアイデアを取り入れ、発想する
	③	デザイン経営についての講義
PM	④	デザイン経営コンパス STEP1 現状把握と社内共有
	⑤	STEP2-1 「人格形成」の深掘りのためのペアインタビュー
	⑥	STEP2-1 「人格形成」の深掘り結果の全体共有
	⑦	デザイン経営ハンドブック2を用いた事例研究
	⑧	STEP2-2 「価値創造」と「文化醸成」の活動検討
	⑨	STEP3 活動検討

①



話しやすい場づくりの一環として、参加者の人柄がわかるアイスブレイクを実施した。

⑤

参加者同士で相互にインタビューをしながら、お互いの視点を取り入れ、人格形成について深掘りを行った。

⑧



参加企業同士のコミュニケーションを活性化しながら、具体案が出にくい参加企業に対して、参加者全員でアイデアを出し合うように促した。

事例 4 岐阜県：株式会社OKB総研 ⑤

ワークショップ設計のポイント

- 参加企業の目線に立ちながら、デザイン経営について理解が深まるようなアイスブレイクやデザイン経営コンパスの補助シートなどを独自に開発し、実施した。
- 経営者と社員、他企業とのコミュニケーションの中から気づきを得られるよう、心理的に安心・安全な場作りを丁寧に行いながら、ワークショップを実施した。

アンケート結果 (参加企業からの声)

「今の常識や概念に捉われず思考を巡らすことの重要性に気づけた。」
「言葉にすることの難しさ、大切さに気づけた。」
「自社の現状が見える化することができた。」

実施機関の振り返り

- 「本音で語れる場づくり」を重視していたので、アイスブレイクを取り入れてやり切れたことは良かった。
- 小規模のワークショップだったから完走できたが、参加企業が増えたときにどう設計していくかが、今後の課題でもある。

4月以降の取組について

- 定期的にデザイン経営ワークショップを開催していきたい。参加企業が増えたとき、どのようなワークショップを設計すべきかが今後の課題でもあるため、社内でのシュミレーションと並行して活動していく予定。

事例5 大阪府：有限会社セメントプロデュースデザイン ①



大阪、京都、東京を拠点に企業のグラフィックデザインやプロモーション、商品開発のプロデュースに携わる。「日本の全ての中小企業が愛されるブランドに」を理念として、主に製造業や伝統工芸事業者のパートナーとなり、経営状況の整理・商品の企画開発・デザイン・流通までをワンストップで支援する。開発した商品は直営店舗「コトモノミチ」とオンラインストアでも販売。また自治体や商工会議所、金融機関などと連携し、商品開発を実践的に学ぶゼミ「SESSION」を国内9都府県＋台湾で開催しており、年間100社以上が参加している。

事例5 大阪府：有限会社セメントプロデュースデザイン ②

これまでのデザイン経営に関する取組

- 中小企業と自社の想いや強みを明らかにした上で商品開発に取り組む。
- 熊本県にて半導体や有機ELなどのステンレス部品精密板金加工を行なっている(株)丸山ステンレス様とは、高い加工技術を身近に感じていただけるアウトドアブランド「STENFLAME」を開発。
- 福井県鯖江市のメガネ加工メーカー（株）キッソオ様とは、素材と技術を応用した自社商品「鯖江ミミカキ」を開発。

実施背景／問題意識

- 自社商品のない企業（特に製造業）は、事業環境の変化や、国や大手企業の方針転換により事業継続が困難になる可能性が高い。
- 持続的な経営を目指して自社商品開発に挑む企業もあるが、その開発だけではなく、その上位目的となる企業理念の整理や、社内の機運醸成や体制構築が課題となることもある。

ゴール／目標

- パートナー企業の商品開発におけるプロセスにおいて、特に文化醸成を強化していきたい。
- パートナー企業とともに実践できる人材を社内でも増やしていきたい。

事例5 大阪府：有限会社セメントプロデュースデザイン ③

実施概要

日時：2024年2月 9日（金） 10:00-12:00
2024年2月26日（月） 13:00-15:00
場所：2024年2月 9日（金） 大阪産業創造館
2024年2月26日（月） (有)セメントプロデュース
デザイン大阪本社

参加者数：6名

参加企業：飯田織工株式会社／株式会社扇ニット／辰巳木
柄製作所／常磐精工株式会社／ネオライト工業
株式会社／有限会社梅香堂

実施内容

新商品開発ゼミ参加企業を対象に、会社の軸を見直すための
人格形成の深掘りとデザイン経営推進に向けたデザイン
アクションの検討を支援した。

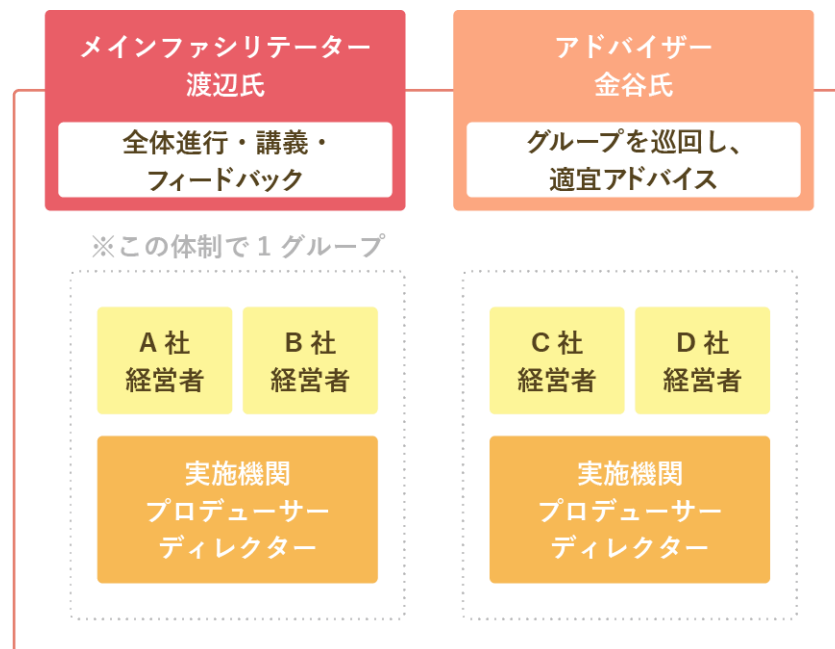


実施体制

- メインファシリテーター 1名
- アドバイザー 1名
- 企業 6社（6名）
- 実施機関ディレクターら 6名

【実施体制の狙い】

デザイン経営に取り組む事業者同士、さらに、実施機関の
プロデューサーやディレクターなど多様な視点を取り入れ
ながらデザインアクションに深掘りする体制を構築した。



事例5 大阪府：有限会社セメントプロデュースデザイン ④

カリキュラムの特徴

すでに新商品開発ゼミなどで支援をしている参加企業を対象に、会社の軸を見直し、企業としての競争力を向上することを目指し、デザイン経営コンパスのワークショップを実施。デザイン経営に取り組む事業者同士、実施機関のプロデューサーやディレクターによるグループを編成し、多様な視点を取り入れながら深掘りする体制を作るとともに、全体での共有機会を多く取り入れ、実施機関と参加企業全員がお互いに切磋琢磨しながらデザイン経営を推進する場作りを行った。

カリキュラム

Day 1	プロセス	アクティビティ
	①	ワークショップの趣旨とデザイン経営についての講義
	②	全参加者が自己紹介と問題意識を共有
	③	STEP1 現状把握とグループ内対話
	④	STEP2 人格形成についての深掘りと対話
	⑤	1日を振り返っての問題意識とアクションの全体共有

Day 2	プロセス	アクティビティ
	⑥	前回のワークショップ後の進捗について全体共有
	⑦	人格形成の深掘りポイントについての講義
	⑧	STEP2 人格形成のさらなる深掘りと対話
	⑨	デザインアクションの事例についての講義
	⑩	STEP3 活動検討と対話
	⑪	全体の振り返りに向けた行動宣言の全体発表

- ② 実施機関のディレクター、デザイナーも一参加企業として参加することで、実施機関もデザイン経営を実践しようとしている姿勢を示した。

- ②
⑤
⑥
⑪
- 
- 参加企業が全体に対して問題意識や検討したこと、活動したことについて共有する機会を度々設けることで、切磋琢磨する関係性を構築した。

- ⑧
⑩
- 
- 2日目からは、参加企業2社と実施機関のプロデューサーやディレクターを1グループにし、多様な視点を取り入れる編成とした。

事例5 大阪府：有限会社セメントプロデュースデザイン ⑤

ワークショップ設計のポイント

- 商品開発に取り組んでいる参加企業の競争力向上を図るため、STEP2において人格形成の深掘りを重点的に実施した。
- 実施機関のディレクターやデザイナーら社員も一参加企業として参加し、参加企業とともにデザイン経営の実践に取り組む関係性を構築した。
- デザイン経営に取り組む事業者同士、実施機関のプロデューサーやディレクターによるグループを編成し、多様な視点を取り入れながら深掘りした。

アンケート結果 (参加企業からの声)

「見つけきれなかった自社のリソースを発見できた。」

「“文化醸成”のみをやるセミナーやコンサルが多い中で、会社の根本から販売まで深掘りしてトータルで考えられたことが良かった。」

「それぞれのメンバーの回答をシェアし合い、各々の抱くイメージやビジョンを擦り合わせし、今後の行動を明確化する作業がもっとも重要だと感じました。」

実施機関の振り返り

- これまでの商品開発支援などで参加企業との関係性や企業理解が進んでいたからこそ、人格形成について表面的ではない議論を行えた。
- これまで企業の人格形成に関する支援は実施機関の中でも一部の人材しか担えていなかったが、ワークショップにディレクターやデザイナーに参加してもらい、参加企業とともに深掘りをしたことで、組織立って企業のデザイン経営を支援するための一歩を踏み出すことができた。

4月以降の取組について

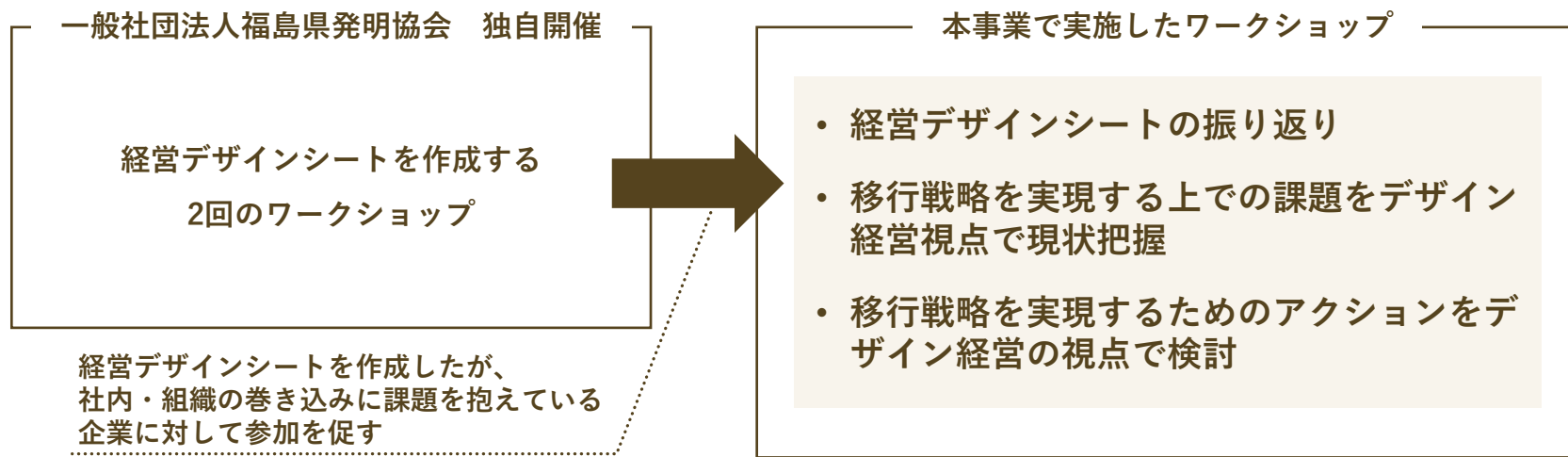
- 「デザイン経営コンパス」のSTEP1の診断をクライアントとのコミュニケーションやヒアリング材料の一つとして使っていきたい。
- 社内の他のメンバーがワークショップの設計やファシリテーションができるよう、今回の経験を落とし込んでいきたい。

06 ワークショップ設計における工夫の例

(1) 「経営デザインシート」との併用

2018年に内閣府・知的財産戦略推進事務局が公開した「[経営デザインシート](#)」は、デザイン経営コンパスと補完関係にあるツールです。すでに経営デザインシートを使い、自社のありたい姿や未来のビジネスモデルについて検討している企業が、ありたい未来に向けた移行戦略や推進策を具体的に検討したり、組織を巻き込むツールとしてデザイン経営コンパスを活用することで、事業変革や事業再構築を促進することが期待されます。

本事業内で実施した一般社団法人福島県発明協会のワークショップの事例



06 ワークショップ設計における工夫の例

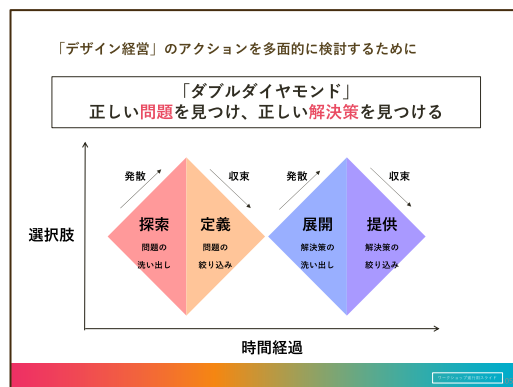
(2) 具体的なアクションへの架橋

デザイン経営コンパスのSTEP2では、デザイン経営のデザインアクションに基づく9つの問いを用意しており、これらに回答いただくことで、実践の糸口を掴んでいただくことを意図した設計となっています。ここからさらに具体的なアクションにつなげるための工夫として、例えば、「アイデアの発散・収束の重要性について理解を促す」、「アイデア出しの前に事例等のインプット時間を設ける」、「参加者同士で強制発想法などのブレインストーミングを行う」などがあります。

(→「ワークショップ進行スライド集」>3-3. ③240分コース>STEP2 参照。)

本事業内での実施事例

① アクションを生み出すアプローチの理解



② 中小企業のためのデザイン経営ハンドブック2で情報収集

STEP 2-3 発散のための情報収集

- 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録しましょう（20分程度）
- 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）

付箋への記録イメージ

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取り組みで記録しましょう

③ 参加者同士でブレインストーミング

STEP 2-4 デザイン経営の取り組みについて検討する

- ・ STEP2 資料シートを活用しながら、デザイン経営の取り組みについてアイデアの発散を行います（合計40分間程度）
- ・ アイデアを出してもらった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らず、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整理シートや付箋にメモをします

5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発散を行う

【4人グループの場合】
1人に対して1人ずつ5分間アイデア出しを4回実施

【5人グループの場合】
1人に対して1人ずつ5分間アイデア出しを3回実施

06 ワークショップ設計における工夫の例

(3) 「知財アクション」の促進

特許庁が2023年に公表した『[中小企業のためのデザイン経営ハンドブック2](#)』では、「知財（知的財産）」を「自社固有の経営資源」として広く捉え、デザイン経営を推進するための6つの「知財アクション」とその事例を紹介しています。

本事業で実施したワークショップでは、「人格形成」における知財アクション（例：「自社らしさを深掘りする」「自社らしさを形にする」）の重要性を示すとともに、「デザイン経営ハンドブック2」の事例を読み込む時間を確保したところ、自社らしさが込められたブランドネームを商標化した事例等を通じ、参加者が知財についての理解や関心を深める結果となりました。



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』



参加事業者 アンケート結果（全5地域平均スコア）

WS※の
満足度
(10段階)

7.9/10

※WS＝ワークショップ

WSの推奨度 (10段階)

7.7/10

デザイン経営に対する
理解度 (5段階)

4.2/5

WSの有益度 (5段階)

4.3/5

デザイン経営コンパスの
継続活用意向 (5段階)

4.1/5

07 ワークショップ実施後アンケート・インタビューの分析及び改善点

参加事業者アンケートの各項目間の相関係数

	満足度	推奨度	講師評価	デザイン経営 への理解	WSと課題合 致	WSの有益性	アクションの 明確さ	相互理解	コンパスの 活用しやすさ	コンパスの 有益性	活用意向
満足度	1.00	0.70	0.46	0.46	0.42	0.57	0.51	0.40	0.32	0.40	0.42
推奨度	0.70	1.00	0.45	0.40	0.36	0.49	0.47	0.34	0.35	0.27	0.28
講師評価	0.46	0.45	1.00	0.63	0.42	0.22	0.26	-0.06	0.35	0.30	0.28
デザイン経営への 理解	0.46	0.40	0.63	1.00	0.48	0.36	0.34	-0.07	0.36	0.46	0.49
WSと課題合致	0.42	0.36	0.42	0.48	1.00	0.18	0.25	0.19	0.42	0.42	0.45
WSの有益性	0.57	0.49	0.22	0.36	0.18	1.00	0.66	0.50	0.24	0.21	0.42
アクションの 明確さ	0.51	0.47	0.26	0.34	0.25	0.66	1.00	0.62	0.32	0.17	0.41
相互理解	0.40	0.34	-0.06	-0.07	0.19	0.50	0.62	1.00	0.22	0.06	0.20
コンパスの 活用しやすさ	0.32	0.35	0.35	0.36	0.42	0.24	0.32	0.22	1.00	0.60	0.54
コンパスの 有益性	0.40	0.27	0.30	0.46	0.42	0.21	0.17	0.06	0.60	1.00	0.67
活用意向	0.42	0.28	0.28	0.49	0.45	0.42	0.41	0.20	0.54	0.67	1.00

07 ワークショップ実施後アンケート・インタビューの分析及び改善点

相関係数分析から導かれる傾向

推奨度

0.7

満足度

0.57

WSの有益性

0.66

アクションの明確さ

0.5

相互理解

デザイン経営コンパスを活用して、

- ・ 社内での相互理解が深まり、
- ・ 次に取り組べきアクションが明確になるプログラム

を提供することで、参加者の「満足度」及び「推奨度」が高まり、普及につながると考えられる。



実施機関 アンケート結果（全5地域平均スコア）

WS※の
満足度
(10段階)

7.8/10

※WS＝ワークショップ

WSの
継続開催意向 (5段階)

4.6/5

デザイン経営コンパスの
活用しやすさ (5段階)

4.2/5

デザイン経営コンパスの
有益度 (5段階)

4.4/5

デザイン経営コンパスの
継続活用意向 (5段階)

4.4/5

07 ワークショップ実施後アンケート・インタビューの分析及び改善点

実施機関インタビューを踏まえた改善点

カテゴリー	改善ポイント
全体	・ アクションの明確さと社員同士の相互理解の深まりが満足度に影響を与える中で、現状の標準カリキュラム1-2時間では、アクション検討や対話に時間を割きにくい。 ・ デザイン経営についてのイメージをつかめる1-2時間プログラムに加えて、具体的なアクションの検討につながる4時間程度のカリキュラムも用意すると実践に繋がるワークショップを実施可能になる。
STEP1	・ レーダーチャートで可視化することで終わるのではなく、参加者同士で共有・対話を促すスライドを追加する。なお、他社と共有する場合と社内で共有する場合とで、観点や目的が異なるため、スライドに明示しておくより良い。 ・ 経営者と社員などで取り組む場合、安心して率直に記載できるようなインストラクションが必要。 ・ 現状把握後に深掘りポイントを絞り込む設計となっているが、この後のアクション検討を踏まえるとポイントを絞り込みすぎるとアイデア発想の妨げとなる。深掘りポイントを決めるよりも、レーダーチャート後の問題意識・課題感について考えさせる設計としてはどうか。
STEP2	・ 人格形成の3つの問いと価値創造・文化醸成の6つの問いとでは、深掘りと発散とで性質が異なるため、4時間カリキュラムにおいては、STEP2自体を明確に分割してはどうか。 ・ 人格形成を深掘りするプロセス、価値創造・文化醸成に向けたアクションを検討するプロセス、両プロセスともに、現状スライドには具体的な指示がないので、ワークの指示をするスライドが必要。
STEP3	・ 人格形成パートは、アクションを想像しにくいので補足説明ないしは例示が必要。 ・ 持ち帰って社員にも実施する／定期的に実施するなど、今後の活用方法についても明示するとより良い。

08 ワークショップ実施報告会の概要

実施概要

日時：2024年3月14日(木)14:00-16:00 オンライン

応募者数：84名（当日参加者数：58名）

登壇者：朝日インタラクティブ株式会社『ツギノジダイ』副編集長 広部憲太郎 氏
北海道アーツ&クリエイション合同会社 代表 横井昂也 氏
株式会社OKB総研 戦略事業部 部長 長瀬一也 氏
特許庁 デザイン経営プロジェクト 中小企業支援チーム長 菊地拓哉
ミテモ株式会社 代表取締役 澤田哲也

プログラム： 実施報告会の流れ

14:00 オープニング

14:05 イントロダクション（デザイン経営とデザイン経営コンパス）

14:20 プロジェクト概要

14:30 第1部 基調講演
中小企業の実践事例の紹介

14:50 第2部 トークセッション
支援機関の取組紹介

15:45 参加者からの質問

15:55 クロージング



09 「デザイン経営コンパス」の改良

本事業で明らかになったこと

- ・ 実施機関の持つリソース（人、サービス、プログラム、ネットワークなど）を生かし、参加企業の状況に合わせて、デザイン経営コンパスを活用したワークショップを実施することで、デザイン経営についての理解促進やアクション検討につながることを。
- ・ 参加企業の多くが「今後もデザイン経営コンパスを定期的に活用したい」と回答しており、デザイン経営コンパスがデザイン経営に向けた継続的な活動を後押しするツールとして有益であること。

本事業の結果を基に、デザイン経営コンパスの一部を改良した
「デザイン経営コンパス Ver.2」を作成

デザイン経営コンパスの改良ポイント

改良ポイント ①

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。

改良ポイント ②

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。

改良ポイント ③

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に。

10 参考資料

デザイン経営に関する参考資料



経済産業省・特許庁
『「デザイン経営」宣言』

<https://www.jpo.go.jp/resources/shingikai/kenkyukai/kyousou-design/document/index/01houkokusho.pdf>



特許庁
「デザイン経営コンパス」

https://www.jpo.go.jp/introduction/soshiki/design_keiei/compass.html



特許庁
『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』

https://www.jpo.go.jp/introduction/soshiki/design_keiei/chusho.html



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』

https://www.jpo.go.jp/introduction/soshiki/design_keiei/chusho_2.html



対話ツールとしてのデザイン経営活用を目指すチーム関西
『中小企業支援のためのデザイン経営アプローチ』

https://dan-dan.com/ip_design_brand/wp-content/uploads/2024/02/R5年度デザイン経営×知財冊子統合A4版.pdf



経済産業省 近畿経済産業局
『中小企業をアップデートする！』

https://www.kansai.meti.go.jp/2tokkyo/10design_keiei/2023_cusho_update.pdf



謝辞

本資料は、特許庁「令和5年度 福島協創事業等に対応した知的財産の創出活動に関する調査事業」（事業B 中小企業のデザイン経営推進プロジェクト）の報告書です。本事業では、全国から5地域の実施機関を採択し、共に中小企業向けのワークショップを設計・実施しました。調査事業の実施にあたりご協力をいただいた皆様に心より感謝を申し上げます。

協力実施機関

旭川市
一般社団法人福島県発明協会
一般社団法人ブランディングデザイン協会

株式会社 OKB総研
有限会社 セメントプロデュースデザイン

参加企業・機関リスト（一部を除く）

飯田織工 株式会社
株式会社 IdealWorks
株式会社 オカムラホーム
株式会社 会津工場
株式会社 ウッドワーク
株式会社 扇ニット
株式会社 シェアウィング旭川支店
株式会社 田村薬草農場グループ
株式会社 千葉経済開発公社

株式会社 戸田塗装工業
株式会社 マザーソリューション
カフェコニー
岐菱商事 株式会社
田澤電材 株式会社
辰巳木柄製作所
常盤精工 株式会社
ネオライト工業 株式会社
緑川木材 株式会社

有限会社 梅香堂
有限会社 藤製作所

事業実施体制

企画

特許庁 デザイン経営プロジェクト
中小企業支援チーム

<企画メンバー>

伊佐地 公美
菊地 拓哉
坂野 真
澤藤 ことは

田中 晃洋
原田 貴志
横山 幸弘

委託先 ミテモ株式会社

飯田 一弘
飯田 裕子
小笠原 祐司
澤田 哲也
柴田 真衣

清水 瞳
杉谷 昌彦
谷 紋美
元木 一喜

2023年度 デザイン経営コンパスワークショップ実施レポート

特許庁「令和5年度 福島協創事業等に対応した知的財産の創出活動に関する調査事業」
（事業B 中小企業のデザイン経営推進プロジェクト） 報告書

2024年3月 発行

2024年7月 一部改訂（「10.参考資料」の更新）

[発行者]

特許庁

[委託先]

ミテモ株式会社

[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

