

第5章

特許庁におけるデザイン経営の取組

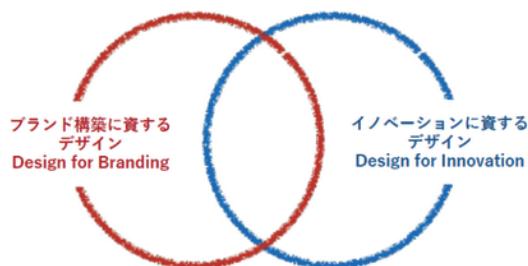
1. 「デザイン経営」とは

「デザイン経営」とは、デザインの力をブランドの構築やイノベーションの創出に活用する経営手法。その本質は、人（ユーザー）を中心に考えることで、根本的な課題を発見し、これまでの発想にとらわれない、それでいて実現可能な解決策を、柔軟に反復・改善を繰り返しながら生み出すことである。

経済産業省・特許庁は、2017年7月に開始した「産業競争力とデザインを考える研究会」の議論の結果、2018年5月に報告書『「デザイン経営」宣言¹』を取りまとめた。

『「デザイン経営」宣言』には、「デザイン経営」の効果や、実践のための7つの具体的な取り組みも示されている。

2-5-1図 【「デザイン経営」の効果】



「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

2-5-2図 【「デザイン経営」のための具体的取組】

「デザイン経営」のための具体的取組

- 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。
- 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。

2. 「デザイン経営」の推進

これからデザイン経営にチャレンジしたいと考えるビジネスパーソンの皆様の疑問を解消し、実践する際の参考にさせていただくため、特許庁ホームページでハンドブックや事例集を公開している²。

¹ 「デザイン経営」宣言

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

² 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

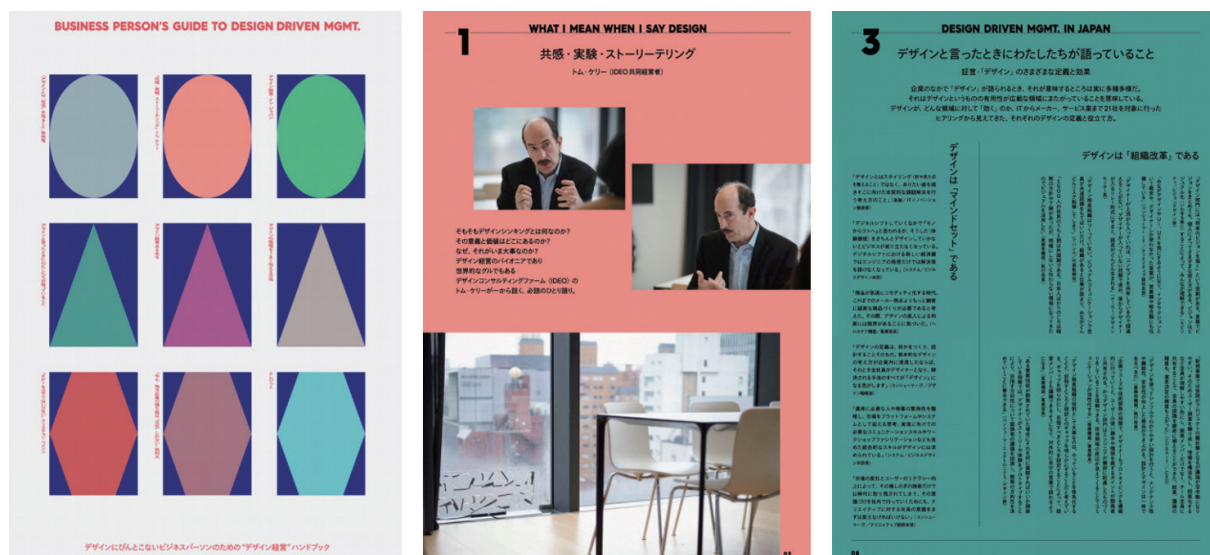


(1) デザイン経営 ハンドブック¹

2020年4月に公開した「デザインにぴんとこないビジネスパーソンのための“デザイン経営”ハンドブック」は、デザイン経営のビジネスでの

活用のため、「そもそもデザインシンキング（デザイン思考）とは何なのか？その意義と価値はどこにあるのか？なぜ、それがいま大事なのか？」に対する考え方や、デザイン経営を導入するにあたっての8つの課題などを具体的に記載している。

2-5-3図 【デザインにぴんとこないビジネスパーソンのための“デザイン経営”ハンドブック】



目次 デザインとは「社会」を知ること 若林恵
 共感・実験・ストーリーテリング トム・ケリー
 デザイン経営・イン・ジャパン
 デザインと言ったときに私たちが語っていること
 デザイン経営あるある
 デザインの価値をうまく伝える方法
 KPIを立ててはいけない クリスチャン・ベイソン
 中小・地方企業の勝ち組は「文化」しかない 田村大

(2) デザイン経営の課題と解決事例²

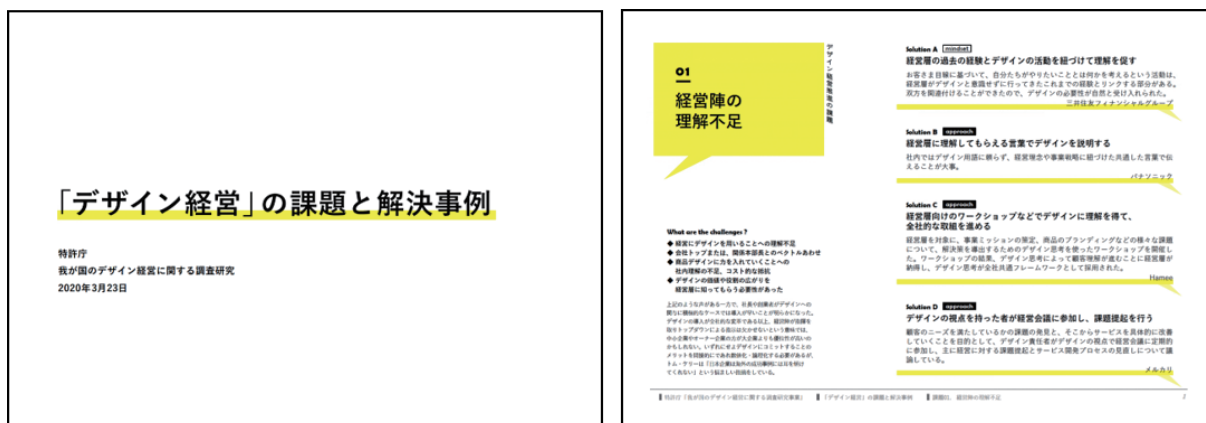
これからデザイン経営にチャレンジしてみようというビジネスパーソンの皆様の疑問を解消し、実践する際の参考にさせていただくため、既にデザイン経営に取り組んでいる企業96社のアンケート

ト回答と、21社及び3名の専門家へのヒアリングより、デザイン経営を導入するにあたっての8つの課題を乗り越えるための工夫をまとめている。

1 デザインにぴんとこないビジネスパーソンのための“デザイン経営”ハンドブック
https://www.jpo.go.jp/introduction/soshiki/document/design_keiei/handbook_20200319.pdf
 2 「デザイン経営」の課題と解決事例
https://www.jpo.go.jp/introduction/soshiki/document/design_keiei/jirei_20200319.pdf



2-5-4図 【「デザイン経営」の課題と解決事例】



<8つの課題>

- 1, 経営陣の理解不足
- 2, 全社的な意識の不統一
- 3, 用語・理解の不統一
- 4, 人材・人事
- 5, 効果を定量化できない
- 6, 組織体制・評価指標ができていない
- 7, ビジネスとの両立
- 8, 既存プロセスへの組込

(3) 中小企業のためのデザイン経営ハンドブック¹

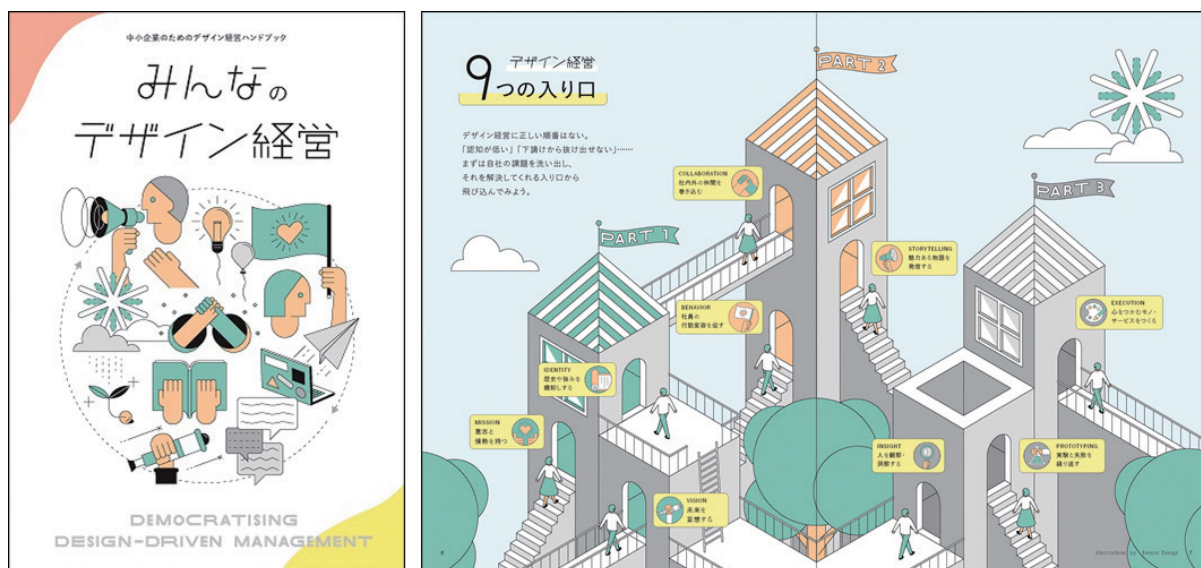
2021年4月に公開した「中小企業のためのデ

ザイン経営ハンドブック」は、中小企業がデザイン経営を自社に活かせるよう、自分たちに合ったやり方を実践するための、9つの「入り口」を事例と共に紹介している。

¹ 中小企業のためのデザイン経営ハンドブック
https://www.jpo.go.jp/introduction/soshiki/design_keiei/chusho.html



2-5-5図 【中小企業のためのデザイン経営ハンドブック】



デザイン経営に取り組むための9つの「入り口」

PART1 会社の人格形成 ～キャラクターの確立からはじめる～

意思と情熱をもつ（MISSION）

歴史や強みを棚卸しする（IDENTITY）

未来を妄想する（VISION）

PART2 企業文化の醸成 ～カルチャーの醸成からはじめる～

社員の行動変容を促す（BEHAVIOR）

社内外の仲間を巻き込む（COLLABORATION）

魅力的な物語を発信する（STORYTELLING）

PART3 価値の創造 ～モノ・サービスの創出からはじめる～

人を観察・洞察する（INSIGHT）

実験と失敗を繰り返す（PROTOTYPING）

心をつかむモノ・サービスをつくる（EXECUTION）

3. 特許庁における、デザイン経営の実践

『「デザイン経営」宣言』において、行政においても「デザイン経営」を実践していくことの必要性が提言されたことを受け、特許庁では、行政サービスの品質の向上を図るため、2018年8月に「デザイン統括責任者（CDO）」を設置し、その下に「デザイン経営プロジェクトチーム」を立ち上げ、デザイン経営を実践している。

これまでの主な取組を以下に紹介する。

(1) 商標拳～ビジネスを守る奥義～

「どうしたら知的財産の重要性を、知的財産を知らない人にも伝えられるか？」という課題に対し、中小企業の方々へのヒアリングと議論を重ね、知的財産の重要性を“自分ごと化”してもらうための仕組みづくりが重要という結論になった。

「商標権はビジネスの基本」、「商標権を知らずにビジネスをすることは経営上の大きなリスク」というメッセージを届けることを目指し、「商標拳～ビジネスを守る奥義～」動画及び特設サイト¹を2020年1月に公開。Twitter約320万、YouTube約170万回の再生を達成した。

2-5-6図 【商標拳～ビジネスを守る奥義～】



(2) お助けサイト～通知を受け取った方へ～

「中小企業などにみられる孤独な知財担当者を助ける」という課題を設定し、そうした知財担当者の多くが悩んでいるであろう「拒絶理由通知書」への対応をサポートする方法を検討した。2020年1月に、特許庁から送付される「拒絶理由通知」

と「登録査定」に対して、次に何をすれば良いかをわかりやすく案内する「お助けサイト～通知を受け取った方へ～」²を開設。同年4月からは各種通知に添付される「注意書」に、お助けサイトへのアクセスを簡便にするためのQRコード³を付与している。

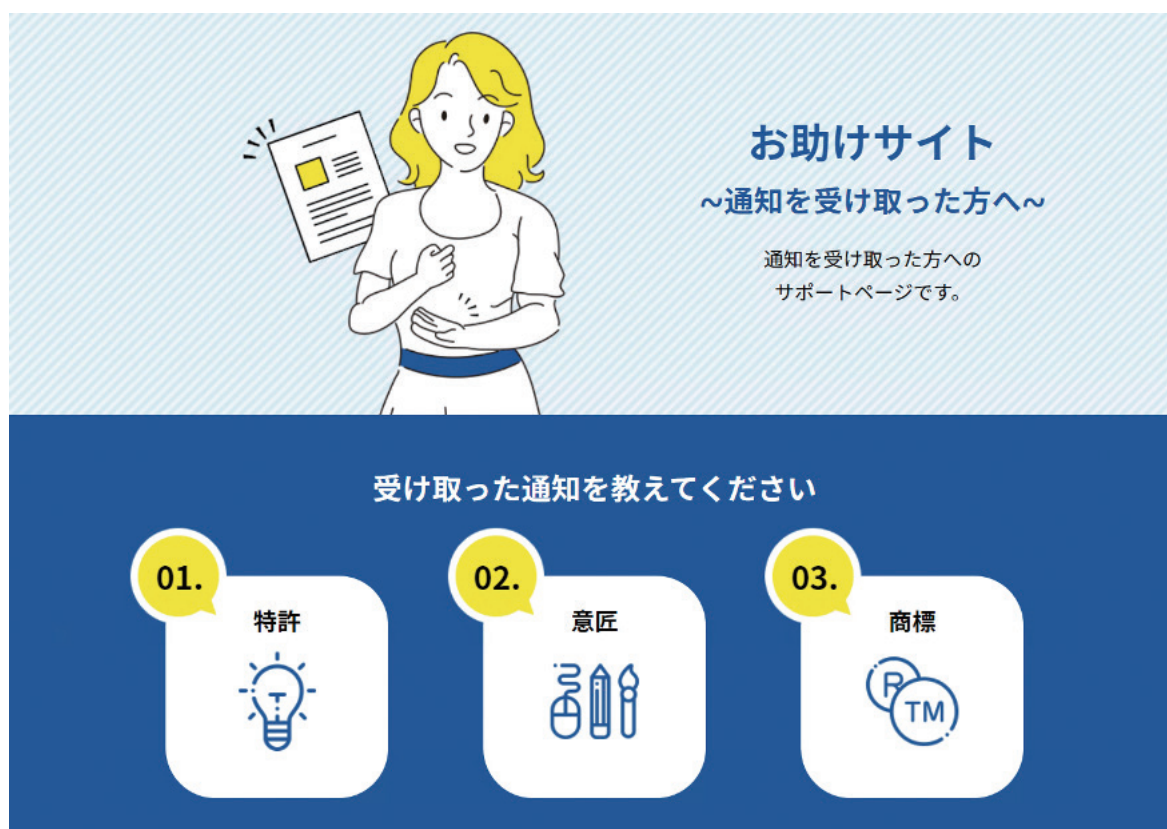
1 「商標拳～ビジネスを守る奥義～」動画及び特設サイトを公開しました
https://www.jpo.go.jp/introduction/soshiki/design_keiei/shohyoken/index.html

2 「お助けサイト～通知を受け取った方へ～」
<https://www.jpo.go.jp/system/basic/otasuke-n/index.html>

3 QRコードは株式会社デンソーウェーブの登録商標です。



2-5-7図 【お助けサイト～通知を受け取った方へ～】



(3) I-OPEN¹

2025年の大阪・関西万博に向けて、WIPOや諸外国との協力を進め、万博で世界に発信する将来の知財制度や、人材、教育、サービス等知財を取り巻く環境のあるべき姿について検討を開始し、I-OPENという名称でプロジェクトを開始した。

I-OPENプロジェクトでは、「想いを知的財産のエンジンに」、「知は一人ひとりの創造力のために」、「社会変革のための知的財産」という3つのミッションを掲げ、誰かの助けになりたい、社会をより良くしたい、そんな想いと創造力から生まれる知的財産をいかして、未来を切りひらく人々の支援をしていくこととしている。

¹ 知的財産 (Intellectual Property) とイノベーション (Innovation) を自分自身 (I) が開いていき、人々の目から鱗が落ちる (Eye-Opening) という意味が込められている。

2-5-8図 【知財をひらくI-OPENガイド】

