

産業競争力とデザインを考える研究会報告書『「デザイン経営」宣言』について

1 研究会の概要

製品の同質化（コモディティ化）が急速に進む今日、機能や品質のみで、他者製品を凌駕するだけの差別化が困難な時代を迎えています。事実、我が国製品は、機能等で優れた製品を上市しても、直ちに新興国企業がこれに追随し、販売価格の下落を招き、競争優位を確保しがたい状況に直面しています。

米アップル社や英ダイソン社をはじめとする欧米企業は、明確な企業理念に裏打ちされた自社独自の強みや技術、イメージをブランド・アイデンティティとしてデザインによって表現し、製品の価値を高め、世界的な市場拡大に結び付けています。

他方、我が国企業の多くは、その経営層も含め、デザインに対する自信と意識がまだまだ低いとの報告もあり、製品の同質化が一層進む中、我が国企業の国際競争力は一層低下するのではないかと危惧されます。

この状況を受けて、デザインによる我が国企業の競争力強化に向けた課題の整理とその対応策の検討を行うため、平成29年7月に「産業競争力とデザインを考える研究会」（座長：鷲田祐一 一橋大学大学院 商学研究科 教授）を立ち上げました。以降、11回にわたる議論を踏まえて、報告書『「デザイン経営」宣言』を取りまとめました。研究会の委員は別紙のとおりです。

2 報告書の概要

報告書では、研究会の議論や委員の意見、事務局による調査結果を踏まえ、デザインを活用した経営手法「デザイン経営」の手法及び効果、並びに「デザイン経営」を推進するための政策提言について整理しています。また、報告書には、意匠制度の課題や今後の検討の必要性を記した『産業競争力の強化に資する今後の意匠制度の在り方』を別紙として添付するとともに、国内外企業における「デザイン経営」の具体的取り組みを記した『「デザイン経営」の先行事例』を別冊として取りまとめました。

報告書の主な内容は以下のとおりです。

- デザインは、企業が大切にしている価値や、それを実現しようとする意志を表現する営みであり、他の企業では代替できないと顧客が思うブランド価値とイノベーションを実現する力になる。このようなデザインを活用した経営手法を「デザイン経営」と呼び、それを推進することが研究会からの提言である。
- イノベーションの本来の意味は、発明（インベンション）を実用化し、社会を変えることだとされている。技術革新だけではなく、社会のニーズを利用者視点で見極め、新しい価値に結び付けることができはじめてイノベーションが実現する。

- 「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。その必要条件は、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、である。「デザイン経営」を実践するためには、上記2つの条件に加え、顧客の潜在ニーズの発見や、アジャイル型プロセスなどの複数の具体的な取り組みを一体的に実施することが望ましい。
- 「デザイン経営」を推進し、日本の産業競争力を強化するために、政府が実施すべき政策として、研究会は、①デザインを巡る環境変化についての情報分析及び政策提言②産業界へのデザイン経営についての啓発、③意匠法の改正、④高度デザイン人材の育成、⑤海外からの人材獲得、⑥デザインに対する補助制度の充実・税制の導入、⑦行政におけるデジタル・ガバメントの実践、⑧デザイン思考を導入することによる効果が期待できる行政の有望プロジェクトの発掘、を提言した。

(別紙)

産業競争力とデザインを考える研究会 委員名簿

梅澤 高明	A.T. カーニー株式会社パートナー／日本法人代表
喜多 俊之	株式会社喜多俊之デザイン研究所 所長
小林 誠	デロイト トーマツ ファイナンシャルアドバイザー合同会社 知的財産グループ シニアヴァイスプレジデント
田川 欣哉	株式会社 Takram 代表取締役 英国ロイヤル・カレッジ・オブ・アート客員教授
竹本 一志	サントリーホールディングス株式会社 知的財産部長
田中 一雄	株式会社 GK デザイン機構 代表取締役社長
永井 一史	株式会社 HAKUHODO DESIGN 代表取締役社長 クリエイティブディレクター
長谷川 豊	ソニー株式会社 クリエイティブセンター センター長
林 千晶	株式会社ロフトワーク 代表取締役
前田 育男	マツダ株式会社 常務執行役員 デザイン・ブランドスタイル担当
座長 鷲田 祐一	一橋大学大学院 商学研究科 教授

(五十音順、敬称略)