

～県内中小企業におけるデザイン活用 「岩手版(地方版)デザイン経営モデル」の構築～

平成31年地域政策研究センター 地域協働研究【ステージⅠ】採択課題

課題名：県内中小企業におけるデザイン活用に関する調査研究

研究代表者：総合政策学部 准教授 近藤信一

課題提案者：(地独)岩手県工業技術センター 産業デザイン部

研究メンバー：菊池仁・高橋正明(岩手県工業技術センター)

キーワード：デザイン、デザイン経営、中小企業、経営資源

▼研究の概要(背景・目標)

商品の同質化(コモディティ化)が急速に進み、「モノづくりからコトづくり」といわれるように、品質や経済性に優れているだけでなく、消費者の視点や感性を捉えた商品開発が重要になっている。その時に欠かせないのがデザイン視点のアプローチである。最近のデザイン活用に関する流れは、意匠やユーザーインターフェースといった狭義のデザイン活用から、ユーザー体験(UX)を含む価値創造プロセスという広義のデザイン活用、更には企業価値向上のため経営資源としてのデザイン活用と、デザインの担う役割が拡大・多様化しており、デザインの重要性に対する認識が高まっている。

経済産業省と特許庁が設置した「産業競争力とデザインを考える研究会」は、『「デザイン経営」宣言』という報告書を公表(平成30年度)した。第4次産業革命により、あらゆる産業が新技術の荒波を受け、従来の常識や経験が適用されない大変革を迎えようとするなか、生き残るためには顧客に真に必要とされる存在に生まれ変わらなければならない。アップルやダイソンのようにデザインを戦略の中心に据え、活用して行くことが必要である。デザインには、「顧客と長期に渡り良好な関係を維持するためのブランド力創出手法としての役割」「顧客視点を取り込んだイノベーションの創出手法としての役割」があるが、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「デザイン経営」を推進していくことが必要としている。

一方、県内中小企業においては、新商品開発に取組んだものの、競合商品との差別化や市場競争力の獲得が出来ず販路拡大に苦慮している事例が見受けられ、これら企業の商品開発力強化のためには、経営者がデザインの担う役割を認識し、デザインを「狭義のデザイン」としてではなく、「経営/広義のデザイン」として捉えて商品開発に取組むこと、更にはデザインを企業価値向上のための経営資源として使っていく「デザイン経営」を意識していくことが重要であると考えられる。しかし、県内中小企業がデザインをどのように捉え活用しているか、又デザイン活用における課題は何かという点は明らかになっておらず、デザイン活用の取組みを進める際の課題となっている。

▼研究の内容(方法・経過)

本協働研究では、岩手県内の中小企業においてデザインがどのように認識され、どのように使われているか、また活用効果や活用にあたっての課題等について明らかにした。具体的には、

- ①新商品開発はどのような流れ、手法で行われているか。
- ②デザインをどのように活用しているか。
- ③どのようなデザイン人材を活用しているか(従業員、外部デザイナー等)。
- ④経営者と従業員がデザインをどう認識しているか。

等について実態調査を行い、企業経営に及ぼすデザイン活用の効果や今後の望ましい方向性について考察を行った。

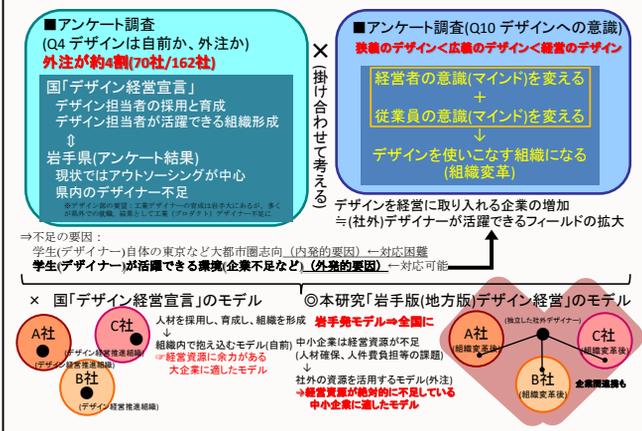
▼研究の成果(結論・考察)

本協働研究ステージⅠにおいては、まず県内中小企業に対してアンケート調査を実施した。具体的には、①新商品開発はどのような流れ、手法で行われているか、②デザインをどのように活用しているか、③どのようにデザイン人材を活用しているか(従業員、外部デザイナー等)、④経営者と従業員がデザインをどのように認識しているか、等についてアンケート調査を実施し、企業経営に及ぼすデザイン活用の効果や今後の望ましい方向性について考察を行った。

その結果、(a)デザインを経営資源として活用することにより企業業績の向上が見込まれること、(b)デザイナーと協働して自社ブランドの商品を開発することにより企業全体にデザイン活用の意識が高まり企業業績の向上が見込めること、(c)県内中小企業ではデザイン人材を企業内部で抱えるよりも外部のデザイン人材を活用している企業が多いこと、(d)内部で抱えず外部で活用しても企業業績に影響はないこと、が浮かび上がってきた。

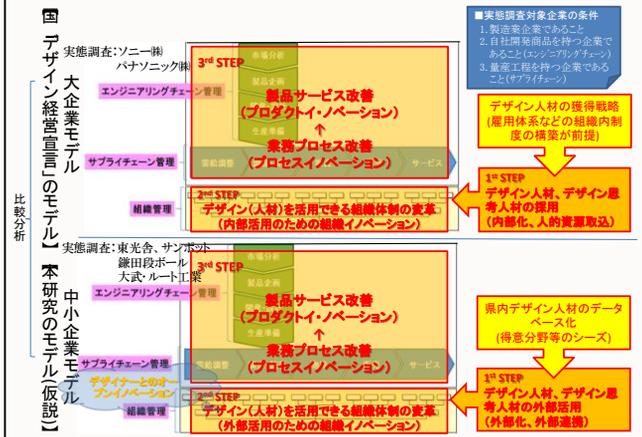
そこで、デザイン経営を推進している先端企業とデザイン経営を進めていきたい県内中小企業(本社が県内・県外を問わず、岩手県内に事業所を有する製造業の中小企業であり、かつエンジニアリングチェーン(自社開発商品)及びサプライチェーン(量産工程)を有している企業)に対してインタビュー調査による実態調査を行い、県内企業、特に中小企業への適応を目的として「岩手版(地方版)デザイン経営モデル」の構築を行った。(図表1参照)

図表1 アンケート調査結果と実態調査前の仮説
「岩手版(地方版)デザイン経営モデル」



そして2020年1~3月に、デザイン経営を行う先端企業(大企業)とデザイン活用に意欲的な県内企業(中小企業)にインタビュー調査を実施した。その結果、上記の「岩手版(地方版)デザイン経営モデル」について概ね方向性に間違いがないことを検証できた。ただし、モデルの実証及び実装段階に入る前に、外部デザイン人材のデータベース設計と構築、実証及び社会実装に協力してくれる実証企業の選定などに向けて、モデルや事業のより精緻な検証と再構築を行う必要があることも明らかとなった。(図表2参照)。

図表2 「岩手版(地方版)デザイン経営モデル」の
個社適応イメージ



▼おわりに(今後の展開)

本協働研究を継続して実施していくことで、(a)本県において岩手県工業技術センター「IIRI DESIGN LAB (De.i) (デザインラボ)」を拠点として、デザイン活用を目指す県内企業、特に中小企業への商品開発支援体制を構築することができる。(b) その結果、本県において県内企業、特に中小企業のデザイン活用の啓発と、さらにデザイン経営の実践による企業価値の向上と経営基盤の強化、そして競争力の確保を目指す。

まず、岩手県工業技術センターにおいては、企業サイドとデザインサイドのオープンイノベーション実践の「場」を提供することにより、本県において戦略的支援によるデザイン活用の「推進」を行うことができる。