経済産業省
九州経済産業局

紙へのリサイクル可

九州経済産業局　Kyushu Bureau of Economy, Trade and Industry
（請負事業者：NPO法人FUKUOKAデザインリーグ　FUKUOKA DESIGN LEAGUE）

九州デザインストーリーブック

九州 Design Story Book

九州デザインストーリーブック

令和元年度 「デザイン経営」手法を活用した地域中小企業等支援方策調査事業

デザインとは

欲しいなと思うものを工夫して
感じの良いものにする
考え方です。

長谷喜久一

小学生向けデザイン教科書
「デザインのすすめ方」
（１９６３年 ポプラ社発行）序文より

ご挨拶

平成30年5月、経済産業省と特許庁は、『「デザイン経営」宣言』と題した報告書を公表しました。

「デザイン」とは、企業が大切にする価値と意志を表現する営みであると共に、顧客の潜在的なニーズを基に事業化を構想する営みでもあります。「デザイン経営」とは、このようなブランド構築とイノベーションに資するデザインを活用し、企業の競争力を向上させる経営手法を指します。

「VUCA の時代」と言われる様に、現代社会が、急速な経済のグローバル化や情報通信技術の進歩、消費者の価値観・ニーズの多様化等を背景に、従来のビジネスの常識や経験が通用しない大きな変革期を迎えている中、企業が生き残るためには、顧客に選ばれる存在にならなければなりません。

また、世界中の企業がビジネスによるＳＤＧｓの達成を目指す中、地域の企業もまた、自社の存在意義を問い直し、社会課題の解決を通じて企業価値を向上させていくことが求められています。

「デザイン経営」の推進は、企業が創造性とイノベーションを発揮し、顧客のみならず社会から真に必要とされる存在となるためにも有効な手段の１つであると考えられます。

令和元年度、九州経済産業局では、「デザイン経営」の導入・推進を目指す企業とデザイナーとの連携促進による企業価値の向上を目的として、「デザイン経営」のパートナーを見つけるプロジェクトを実施しました。

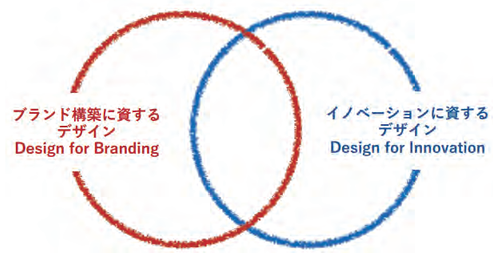
「九州デザインストーリーブック」は、当事業を通じた企業とデザイナーとの連携における課題やプロセスの調査等を踏まえ、双方の意識改革の必要性等を発信するために取りまとめたものです。

当冊子が、企業とデザイナーがより良いパートナーシップを築き、「デザイン経営」を推進していく上での参考となれば幸いです。

九州経済産業局　産業部　サービス産業室

「デザイン経営」の効果＝
ブランド力向上＋ イノベーション力向上
＝企業競争力の向上

「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。



「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。

（注釈）・VUCA…Volatility：変動性、 Uncertainty：不確実性、 Complexity：複雑性、 Ambiguity：曖昧性
・SDGs…2015 年 9 月に国連が全会一致で採択した 2030 年までの持続可能な開発目標。「Sustainable Development Goals」
（出典）・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』（平成 30 年 5 月）

令和元年度「デザイン経営」手法を活用した地域中小企業等支援方策調査事業

（「デザイン経営」のパートナーを見つけるプロジェクト）

目的

・企業とデザイナーが企業課題の解決にあたり、デザインを活用して連携する機会を創出する。
・両者が連携、協働して企業価値向上に取り組む上での課題を明らかにし、その解決に向けた支援方策を調査する。

方法

大きく４つのステップで実施。

step ①：**マインドセット**
「デザイン経営」に関する意識や理解の向上を目的としたセミナーの実施。

step ②：**企業とデザイナーの相互理解**
ワークショップや個別相談会を通じてお互いの考え方を共有し、理解を深める。

step ③：**プレゼンテーション**
●企業からデザイナーへの課題プレゼンを実施。
⇨プレゼンを受け、デザイナーから企業へ課題解決提案を行う。
●デザイナーから企業への実績やスキルプレゼンを実施。
⇨プレゼンを受け、企業から連携要望を行う。

step ④：**パートナー選定**
企業訪問やディスカッション等を通じてお互いに連携したいパートナーを選定し、協働を開始。

● デザイン経営実践ワークシート の活用・・・
（P36 に掲載）

個別相談会参加企業を対象に、事前に自社分析を行って頂く事を目的として作成したワークシート。自社の強み・弱みを踏まえてビジネス戦略を可視化するツール。

● エントリーシート の活用・・・・・・・・・・
（P36 に掲載）

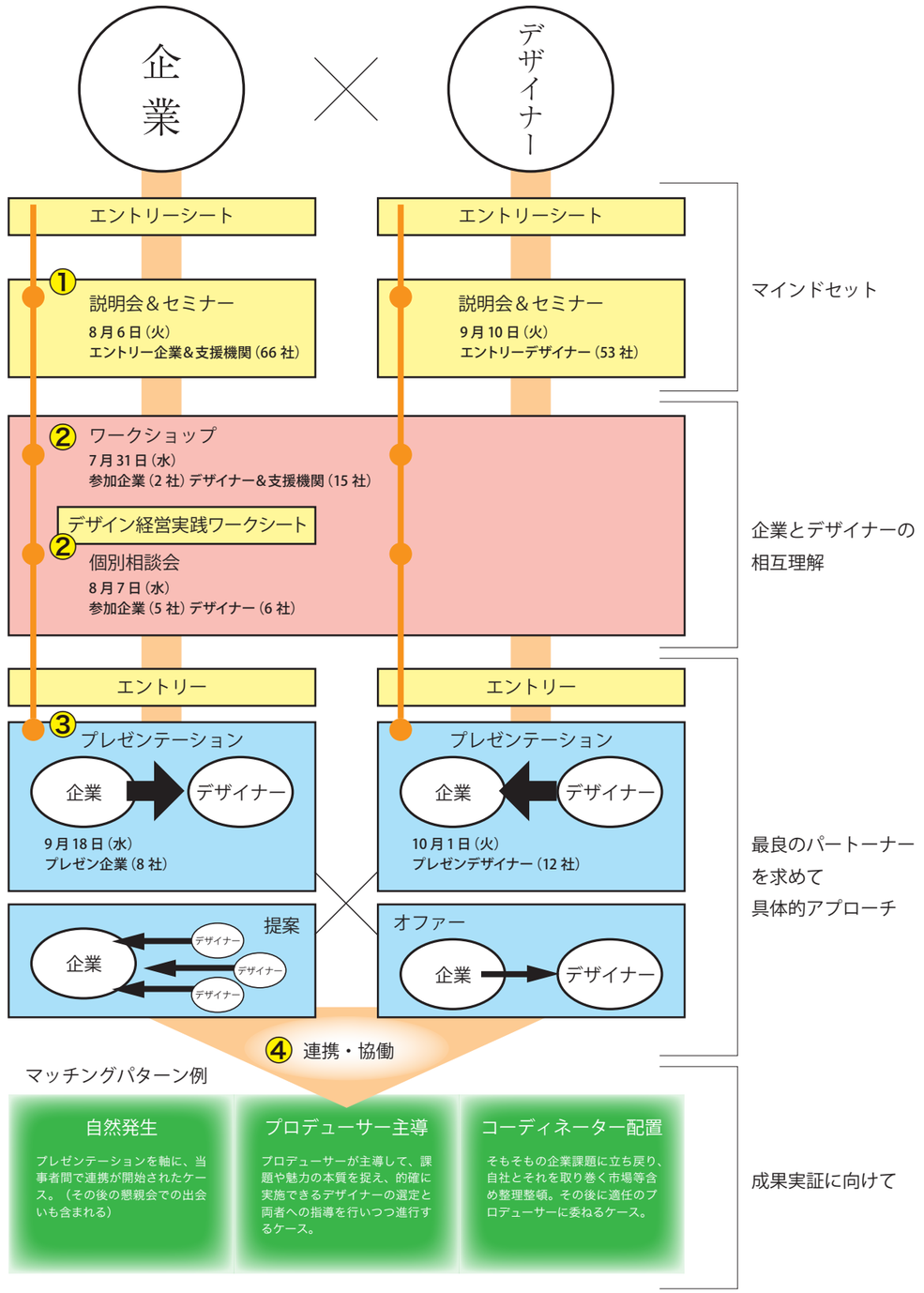
プロジェクトの参加を希望する企業やデザイナーを対象に、自社のこれまでのデザインへの関心や経験について記入頂くためのシート。記入を通じ、自社のデザインマインドについて振り返りを促すツール。

「デザイン経営」の必要条件（「デザイン経営」宣言より）

①経営チームにデザイン責任者がいること
＝経営層がデザインを理解していること
②事業戦略の最上流からデザインが関与すること
＝デザイナーが経営に参画すること

現状、企業とデザイナーの相互認識には隔たりがある場面も少なくありません。そこで、令和元年度、九州経済産業局では、「デザイン経営」の導入・推進を目指す企業とデザイナーとの連携促進を目的として、「デザイン経営」のパートナーを見つけるプロジェクトを実施しました。

事業全体の流れ



「デザイン経営」導入を考える経営層の皆様に理解頂きたいこと

1. デザインを理解する

経営者自身がデザインの技法を習得することやデザインセンスを身につけることは必ずしも必要ないが、誰よりもデザインの本質的な意味を理解し、経営における意義を納得していることが求められる。そのためには、読書、セミナーや講演への参加等、経営者自身がデザインに触れ、知るための努力をすることが必要。

2. デザインの価値を信じる

デザインの導入には必ずコストが生じるものである。デザイナーへ払う対価はもとより、デザイナーのこだわりを実現するために、コストが予想以上にかかってしまう場合もあるからである。しかもその効果を数字で測ることは容易ではない。それでもなお、デザイン導入を進めるためには、デザインの価値を経営者自身が信じるほかない。すなわち、デザインの価値を信じ、リスクを取る姿勢が経営者には求められていると言える。単に費用対効果的な発想からのみデザインを捉えた場合、デザインの意義を納得させるのは難しい。

3. デザインの限界を知る

どんなに優秀なデザイナーであっても、デザイナー個人の努力だけでは商品を生み出すことはできないと認識すべきである。デザイナーのような社外の人間と働くことに慣れていない場合、ともすれば「高いお金を払っているのだから凄いことをやってくれるのだろう」と過大な期待を抱いてしまうことが多い。しかし、企業側がデザイナーに協力せず、品質向上や営業の努力をしないまま、デザイナーに商品開発を丸投げしてもデザイン導入の効果は上がらない。「商品にするのはあくまで自分達の責任だ」と言い続けることが、デザイン導入を成功に導く。

4. デザインに対する方針を明確にする

デザイン導入の最初のステップで、自社の課題を知り、デザイン導入の目的を設定したが、これを経営者自身の言葉で社内に宣言し、言い続けることが重要である。何故、デザインに取り組む必要があるのか、何を実現したいのか、どのような方針で取り組むのか、を社員と共有して初めてデザイン導入のための取組は進んでいく。

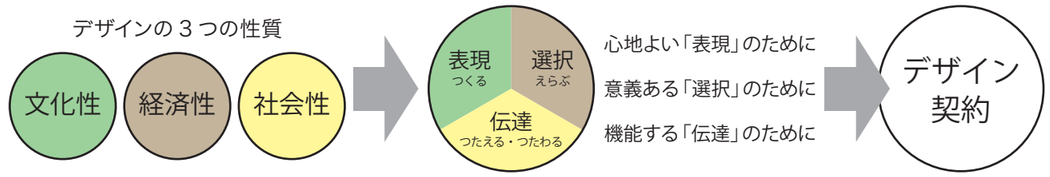
5. 長期的な視点でデザインに取り組む

何事も一朝一夕にはいかない。特に、これまでデザインに馴染みのなかった企業が、デザインに慣れ、使いこなし、効果を出すことができるようになるまでには時間がかかるものである。デザイナーとスムーズにやり取りができるようになるのに2〜3年かかることすら普通にあることだと認識すべきである。また、経営同様、デザインに対する取組には終わりがない。少しでも望ましいものへと進化させるための弛まぬ努力が求められる。

（出典）・財団法人産業研究所「デザイン導入の効果測定等に関する研究」（平成 18 年 3 月）

デザイナーと企業双方に利益をもたらす契約とは

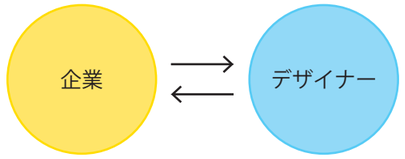
契約の目的



契約の形態

1）受発注契約
（単発案件）

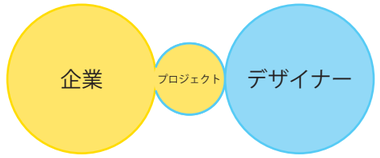
プロジェクトごとに、各種折衷をして契約。



ポスター、パンフレット、商品パッケージ、商品開発、店舗設計など規模に関係なく単体でのデザイン契約。

2）ロイヤリティ契約
（著作権使用案件）

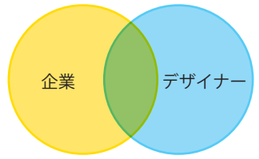
著作権や特許権、商標権など、知的財産権を対価とした契約。



プロダクトや家具など量産商品のデザインに多い契約。初期費用は比較的少なく、売上に比例してデザイン料が増減。支払いについても売上締め日に応じて月々払い、半期払いなど契約内容で様々。

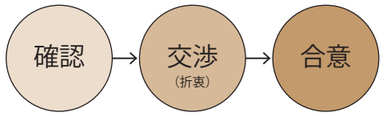
3）デザイン顧問契約
（ブランディング案件）

半分所属、半分外部のようなイメージで、パートナーとして契約。



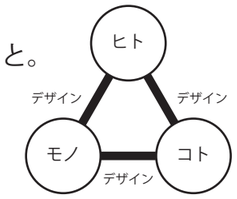
企業ブランディングや事業ブランディングのように長期に渡って、複合的なデザイン開発が必要な案件に適する。年間契約が主流。

契約するうえで大切なこと



双方が「合意」をして進めること。

ヒト・モノ・コトを、ポジティブに結ぶためにデザイナーと企業双方で、適した「契約の在り方」をデザインすることが大事。



・民法上は、口頭での契約も有効。
・トラブル防止のため「記録」を残そう。
・「記録」は双方で確認した文書レベルを推奨。
（メール、チャット、SNS 系のメッセージなど削除可能なものや時間経過で流れてしまうものは、スクリーンショットを撮っておくのも有効）

（出典）・公社）日本グラフィックデザイナー協会岡山地区代表　佐藤 豪人 氏　作成
デザインのモヤモヤ（デザイナーとクライアント双方に利益をもたらす契約）より抜粋

「デザイン経営」のパートナー を見つけるプロジェクト始動。

企業

「デザイン経営」のパートナーを見つけるプロジェクト

デザイン経営

もうかる？

経営層の参加推奨！

こんなお悩みを持たれている企業の方へ

- ☑ 売上拡大
- ☑ コスト削減
- ☑ 利益増大
- ☑ 人材確保（入が集まる）
- ☑ 次世代継承
- ☑ 生き残る企業
- ☑ 下請けからの脱却
- ☑ 自社ブランド成立
- ☑ 自社分析（強み／弱み）
- ☑ 未来ビジョン策定
- ☑ 売るシステムづくり
- ☑ 魅力的な会社になる

- デザイナー＝敷居が高い。
- どこで探せば良いのか？
- 誰を選べば良いのか？
- そもそも何をしてくれるのか？
- いくらかかるのか（コスト）？
- どのくらいかかるのか（期間）？
- どう伝えれば良いのか（発注方法）？
- どういうプロセスで課題解決出来るのか？
- そもそも自社の課題って何？
- デザインって最終的な見た目では？
- BtoC 企業の話では？

デザイナー

企業を救えるデザイナーになるプロジェクト

デザイン経営

「企業」×「デザイナー」
＝
デザイン経営

企業を救える名医になろう！

- 決定権を持つ人が会議に参加して欲しい。
- 担当者の個人的な好き嫌いで判断されることがある。
- 打ち合わせをしていると、予算は増えないのにやりたいことはどんどん増える。
- デザイナーに丸投げすればいいと思っていない？
- リスペクトし合う関係になれる？
- 商品が出来上がってからデザインの見積もりを始めないで欲しい。

Step 1 デザインで儲かる意味 マインドセットセミナー

学ぶ。

企業

「デザイン経営」のパートナーを見つけるプロジェクト

地域中小企業こそが「デザイン経営」で生き残る!

「小さな企業が生き残るには」

8/6 火

デザイナー

企業を救えるデザイナーになるプロジェクト

企業を救える名医になろう!

「企業と連携するとはどういうことか」

ヤブ医者ならぬヤブデザイナーとならないために

9/10 火

Step 2 企業とデザイナーの 相互理解

深める。

実践ワークシート ワークショップ

7/31 水

企業と複数のデザイナーが
ひとチームとなり、
ビジネスプランの策定や
SWOT分析を通じて
企業の弱みや強みをディスカッション。
企業にとっては、
自社の本質的価値への気付きの場、
デザイン経営実践ワークシート
記入にむけたサポートの場。
デザイナーにとっては、
企業ブランディングの実践と
企業分析ノウハウの吸収の場。

個別相談会 8/7 水

相談企業が記入した
デザイン経営実践ワークシートをもとに、
1対1での相談会。
事務局の、デザイン業務経験豊富な
デザイナーメンバーを中心に
相談員を構成。
病院にたとえると、問診票をもとにした
初診のイメージで、
企業課題の根源や
魅力の本質発掘等を行う。

Step 3 最良のパートナーを求めて プレゼンテーション＋提案／オファー

出会い。

主治医として名乗りをあげて!

企業からデザイナーへの課題提示プレゼン会。

『企業』➡「デザイナー」

9/18 水

マッチングを希望する企業からデザイナーに向けてのプレゼンテーション会。
企業課題の的確な把握や該当商品、あるいはサービスの本質的な価値、それらを伝える上でデザイナーに求めることの精査など、自社のことを捉え直す機会にも。

オファー

そのデザインスキルをぜひ我が社のために!

デザイナーから企業へのアピールプレゼン会。

「デザイナー」➡『企業』

10/1 水

企業との連携を希望するデザイナーから企業に向けて、実績（ポートフォリオ）やデザインする上で大事にしていること、取り組みたい分野、連携したい事業や業種等をアピールするプレゼン会。

自分のスキルを活かせる企業と出会いたい

提案書

問題解決に向けて
課題本質の明示と
解決に向けてのベクトル、
やり方等の提案。

Step 4 パートナー選定 連携開始

始まり。

事務局フォロー

連携・協働

企業とデザイナーの仲立ち。提案書のみでの選定に迷いがある企業へのアドバイス等のサポートを実施。案件に応じてプロデューサーやコーディネーター等を派遣し、案件整理を行う場合もある。

Step 1 デザインで儲かる意味 マインドセットセミナー

デザイン経営に携わる上での心構えを学ぶ。

企業

「デザイン経営」のパートナーを見つけるプロジェクト

地域中小企業こそが「デザイン経営」で生き残る!

「小さな企業が生き残るには」

8/6 火

会場：福岡アジア美術館あじびホール

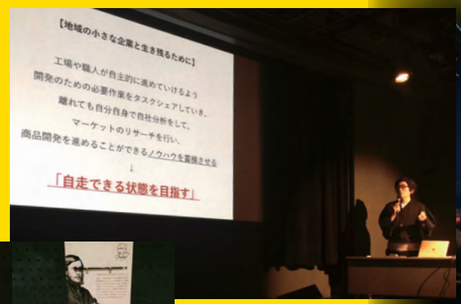
特別講師

有限会社セメントプロデュースデザイン 代表取締役社長／クリエイティブディレクター

金谷 勉（かなや つとむ）氏

広告デザインや商業施設のビジュアル、ユニクロ「企業コラボレーションTシャツ」コクヨの博覧会「コクヨハク」星野リゾートアメニティ開発のディレクションなどに携わる。2011年からは、全国各地の町工場や職人との協業プロジェクト「みんなの地域産業協業活動」を始め、職人達の技術を学び、伝える場「コトモノミチat TOKYO」を東京墨田区に展開。京都精華大学や金沢美術工芸大学でも講師を務め、2018年京都精華大学 伝統産業イノベーションセンター特別共同研究員に就任。2019年1月（地独）京都市産業技術研究所 アドバイザーとして就任。近著に『小さな企業が生き残る』（日経BP）。

【地域の小さな企業と生き残るために】
工場や職人が自主的に進めていけるよう
開発のための必要作業をタスクシェアしていき、
離れても自分自身で自社分析をして、
マーケットのリサーチを行い、
商品開発を進めることができるノウハウを蓄積させる
↓
「自走できる状態を目指す」



デザイン経営実践ワークシートの活用事例も含め、地域中小企業にとってデザイン経営は必須と感じる講演内容。

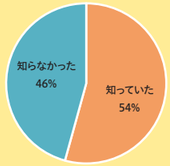
現物展示を含め、金谷氏が手がけた数多くの事例の紹介。思考プロセスから開発秘話まで披露していただいた。

アンケートより（企業）

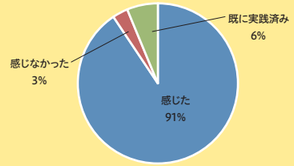
【セミナー感想】
- ●具体的な事例がいくつも紹介され、商品だけでなく、その過程がデザインということが分かった。
- ●技術や機能、コストだけを訴求しても目に留まらないと実感した。
- ●漠然と商品を作ることは危険と感じた。
- ●製造業として下請けから脱却したいと感じた。

【社内でデザイン経営を実践するために障壁となるもの】
- ●会社トップとしての社長の決断力の有無。上層部の理解、直近上司の理解を得ること。
- ●デザインは見た目だけと思われていることを払拭できていない。
- ●デザイナーとの出逢いの場が無い。
- ●「デザイン」の定義に対する正しい理解の不足。
- ●予算の問題。

「デザイン経営」宣言はご存じでしたか？



社内でデザイン経営を実践したいと感じましたか？



広義においてのデザイン力をベースに、日本各地域の地域産業を数多く成功に導いている金谷氏。単なる商品開発に留まらず、企業分析、コスト削減、販売ルート開拓等、総合的な手法が高く評価されている。参考事例の紹介・解説とともに九州においての可能性を示唆していただいた。

デザイン

経営

デザイン経営の事例

ある自転車メーカーさんの
中小企業の経営課題を多方面から
解決したデザイン活用
物語

クライアント（自転車メーカー）

デザイナー

企業を救える名医になるとは？

大病院の名医ではなく
地域の身近な
かかりつけ医

デザイン経営に携わる使命と覚悟など、デザイナーの成長を促すパネルディスカッション。

ストーリー仕立てになっているエサキ氏の講演。登場人物に感情移入でき、理解が深まる内容になっている。

広義のデザイン力がますます求められる昨今。本当の意味で企業を救えるデザイナーに必要なものとは？マインドセットに定評のあるエサキ氏の講演を皮切りに、名プロデューサー江副氏、切れ者コーディネーター神田橋氏を交えたディスカッション。デザイナーにとって必要なプロデュース力とその向上方法など紐解いていただいた。

デザイナー

企業を救えるデザイナーになるプロジェクト

企業を救える名医になろう!

「企業と連携するとはどういうことか」

ヤブ医者ならぬヤブデザイナーとならないために

9/10 火

会場：九州デザイナー学院 A 棟 6 階 607 教室

情熱

基調講演 講師

情熱の学校 代表＆情熱プランティング・プロデューサー

エサキ ヨシノリ氏

純日本系＆外資系、両方の広告代理店営業マンとして各種企業のコミュニケーション活動をプロデュース。その後、2004年に独立し、コンサルティング＆セミナー事業、そして同時に独立クリエイターを対象にした営業・プロデュース力アップセミナーを大阪を拠点に展開中。

×

総合

パネラー

ブンボ株式会社 代表取締役／プロデューサー／クリエイティブディレクター

江副 直樹氏

1997年、コピーライターを経て、商品開発と広報計画を柱とする事業プロデュースの会社、有限会社ブンボを設立。農業、商業、工業、観光、地域活性など、多分野の多様なクライアントに対する、コンセプト重視の事業戦略提案を行なっている。著書：地域×デザイン×仕事（服部滋樹氏らと共著）／韓国版も出版。

×

論理

ファシリテーター

ビジネスデザインラボ 代表

神田橋 幸治氏

主に、事業と金融、産と官、営利と非営利、大と小、街と田舎などの隘路をつなぐ戦略コンサルティングやファシリテーションによる「仕組みづくり」に取り組んでいる。福岡地域戦略推進協議会（FDC）シニアコンサルタント、福岡県ベンチャービジネス支援協議会など、活動多数。

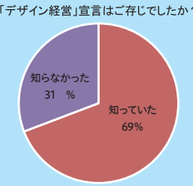
アンケートより（デザイナー）

【セミナー感想】
- ●これからはデザインのみでなく、営業力、プロデュース力の向上に努め、企業の役に立てる人材を目指したいと感じた。
- ●デザイナーも経営相談まで出来る様に学んだ方が、仕事自体が面白いものになると感じた。

【企業と連携する際に抱えている課題】
- ●デザイン投資金額が低く、予算の感覚が合わない事が多い。特に中小企業では予算内でそれ以上の仕事量を依頼されるケースが殆ど。
- ●担当レベルで仕事が完結してしまい、経営陣とのコミュニケーションが不足している。
- ●窓口の方が異動になると前任者との違いを出したいと思うのか、まるごとスタッフを変えられた事があった。
- ●デザインを依頼される際、コンセプトや会社の情報が不足していて、軸がはっきりせず、納期や予算もない為、要求のまま施工することが多い。もっとヒアリングに時間をかけたいが、費用対効果を考えるとそれが叶わない。

【デザインへの理解が進むために、あればいいとおもう仕組み】
- ●単発での依頼よりも、年間アドバイスや定額契約で深く長く良い関係づくりができることを知って貰いたい。まずは知り合う場が欲しいと感じる。

「デザイン経営」宣言はご存じでしたか？



Step 2 企業とデザイナーの相互理解

自由討議で課題解決の可能性を深める。

企業

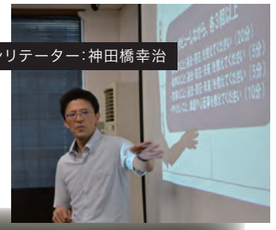
「デザイン経営」のパートナーを見つけるプロジェクト

デザイナー

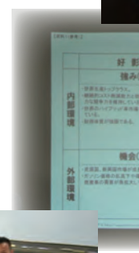
企業を救えるデザイナーになるプロジェクト

実践ワークシート ワークショップ 7/31(水)

企業と複数のデザイナーがひとチームとなり、ビジネスプランの策定やSWOT分析を通じて企業の弱みや強みをディスカッション。企業にとっては、自社の本質的価値への気付きの場、デザイン経営実践ワークシート記入にむけたサポートの場。デザイナーにとっては、企業ブランディングの実践と企業分析ノウハウの吸収の場。



ファシリテーター：神田橋幸治



株式会社はかた匠工芸

東洋ステンレス研磨工業株式会社

個別相談会 8/7(水)

相談企業が記入したデザイン経営実践ワークシートをもとに、1対1での相談会。事務局の、デザイン業務経験豊富なデザイナーメンバーを中心に相談員を構成。病院にたとえると、問診票をもとにした初診のイメージで、企業課題の根源や魅力の本質発掘等を行う。

参加企業の声

質問項目

1. 個別相談会に申し込まれた理由を教えて下さい。
2. 相談会の満足度はいかがですか?
3. 相談会を通じて、デザイナーとの協業への意欲が高まりましたか?
4. 相談会に対する感想・ご意見を自由にお書き下さい。

東洋ステンレス研磨工業株式会社

1. 本年2月15日に参加した「経営とデザインの未来を拓くセミナー」に参加した際に、「町医者のような存在で付き合うデザイナーとの関係」というような主旨に触れて、これまでのデザイナーと私たち企業が向き合うスタンスに関して大変考えさせていただく気付きを頂きました。弊社の中期ビジョンを成し遂げる為、福岡・太宰府という地域に貢献する為、等、デザイナーとの関係はこれからますますコアになると考えたためです。
2. 大変満足
事前ワークショップで神田橋講師から聞いた、企業とデザイナーとの物事のとらえ方のアプローチの違いという部分が体感できました。これは大変重要な視点で特に文化や風土歴史を包み込んだ戦略の場合はmustな思想です。
3. 高まった
モノやコトへのアプローチ視点が違うという事は、我々ものづくりである工業的目線ではなく文化や歴史風土を包括した視点となるため、結果的にはスリムでスマートな構造や生産物となる事が予測できたからです。つまり余計な機能や必要としない特性を盛り込んでしまいがちな工業目線での商品開発からの脱却が図れそうと感じたからです。
4. デザイナーやアート作家という業界の方々との出会いの場がなく、だれに何を相談してよいのかも、どこに問いあわせたらよいのかもわからないのが今の状況です。福岡県にも何度か相談して、専門家派遣などの活用も試みましたが、テーマに対する課題解決となるために根本的な解決には至らなかった。われわれ意匠素材メーカーというのは幅広い用途業界を相手にする業種です。単一のデザイナーとだけではなかなか網羅する事が難しく、まさに、前回のセミナーに合った「町医者との付き合いのようなデザイナーとの関係」は大変期待しているところです。

株式会社アルバス

1. 社内の事業が拡大していく中で、その内容を整理し、今の状況を見える化するため。
2. 大変満足
専門員の方が状況を的確に読み取ってくださり、予想してなかったビジネスアイデアまでいただいた。
3. 高まった
デザイナーとの協業ということが望ましいのかわかりませんが、他業との協業をうまく行いながら、いい仕事を生み出していきたいという気持ちは高まった。
4. 今後も引き続き受けたい。

株式会社丸山ステンレス工業

1. デザイナーの方々と面会する事により、お互いの得意分野・不得意分野を事前に確認して、ミスマッチを防ぎ最善のパートナーを見つける為。
2. 大変満足
短い時間でしたが貴重なコミュニケーションがとれた。
3. 高まった
自社が持ち合わせていない知識・経験を共有し、自社経営へ活用出来る為。

株式会社はかた匠工芸

1. グループ会社内での取引が多く、外部の方からの意見を聞きたかったから。
2. 満足
当社の強みや弱い点を踏まえた上で意見がもらえた。当社としては和装品以外の織物の商品開発をと考えていたが、すぐには答えが出るものでないので…
3. 高まった
帯のデザインしかやれないので、商品開発はぜひデザイナー側の意見をもらいたい、また出来た商品に関しての展示会出展等のノウハウもないので、その辺りも一緒にやりたいと思う。
4. 個別相談会の時間がもう少し長くても良かったかなと思う。当社の現状を把握して意見をもらうまでの時間がデザイナー側にないので、より具体的な意見が出なかった。もしくはこちらから提出するシートの内容をデザイナー側が確認した時点で一度追加質問を含めて、差し戻してもらっても良かったかと。

(株)シスコム、神楽フィースト(株)

1. 多岐にわたるビジネスファクターをプロデュースするビジネスデザイナーを探すために申し込みさせていただきました。
2. どちらともいえない
可能性を見出すことができなかった。
3. 高まらなかった
私どもの期待値が大き過ぎたのかもしれません。
4. 経済産業局が提唱されているデザイン経営のご説明(目標とする業務範囲)と、デザイナーの方々の意識(リスクテイク)に温度差があるように感じています。

Step3 最良のパートナーを求めて プレゼンテーション＋提案

デザイン経営のパートナーとの出会い。

企業

「デザイン経営」のパートナーを見つけるプロジェクト

主治医として名乗りをあげて！

企業からデザイナーへの課題提示プレゼン会。

『企業』➡「デザイナー」

9/18 水

マッチングを希望する企業からデザイナーに向けてのプレゼンテーション会。企業課題の的確な把握や該当商品、あるいはサービスの本質的な価値、それらを伝える上でデザイナーに求めることの精査など、自社のことを捉え直す機会にも。

デザイナーへのプレゼンを通じて、パートナーを見つけよう。

参加企業

東洋ステンレス研磨工業株式会社

有限会社 ふるさと倶楽部

株式会社 YE DIGITAL

たちばな信用金庫

下川織物

株式会社 ワールドグローブ

有限会社 忠兼総本社

かくやフーズ株式会社

デザイナー

企業を救えるデザイナーになるプロジェクト

課題本質と解決に向けての大方針の提示。

プレゼン後の名刺交換会。個別にヒアリングや意見交換など予定時間を大幅に超えて活発に行われた。

企業同士、デザイナー同士での意見交換も。

提案書

問題解決に向けて課題本質の明示と解決に向けてのベクトル、やり方等の提案。具体的なカタチの提案ではない。

提案書提出デザイナー

- (株)LAND
- 九州大学 徳久悟
- ゲイトライトデザイン
- 森田慎也
- クルーズデザイン
- 葦書房
- エストレージャスワークス
- (株)ナウクリエイト
- (株)サンカクキカク
- ハモン・ド・デザイン
- 武永デザイン事務所
- シムアットデザインラボ
- (株)かりえっと
- ノルドデザイン(有)
- ディープラス & frankunit

参加者アンケートより

●企業の抱えている課題等を直接聴くことの出来る機会があまりないので、とても有意義な時間だった。登壇企業自身もデザイン経営という理念をお持ちの企業であり、参加しているデザイナーも意識の高い方ばかりで、そういった方々との交流が出来たこともとても良かった。

●多くの企業の本音に近い課題を知ることが出来、またそうした企業とデザイナーの接点が無いことがわかった。

●プレゼンを聴きながらワクワクした。是非数社に提案書を出したい。

●プレゼンター全員が経営者でなかったことは残念だった。

Step 3 最良のパートナーを求めて プレゼンテーション＋オファー

デザイン経営のパートナーとの出会い。

参加者アンケートより

- ●デザイナーの仕事を知る機会はなかなか無いので、学びが多かった。
- ●自社や取引先のデザインパートナーとしてつながりたい。
- ●製造装置メーカーや医療機器メーカー分野等、分野毎のデザイン経営ワークショップ等を行ってみたい。
- ●デザイナーの人柄を感じられる出逢いのとなり、良かった。
- ●時間が足りなかった。
- ●プレゼンテーションの内容が整理されておらず、デザイナーを比較するにはもう少し工夫が必要と感じた。

企業

「デザイン経営」のパートナーを見つけるプロジェクト

デザイナーから企業に向けたアピールプレゼン会。

企業との連携を希望するデザイナーから企業に向けて、実績（ポートフォリオ）やデザインする上で大事にしていること、取り組みたい分野、連携したい事業や業種等をアピールするプレゼン会。

オファー

そのデザインスキルをぜひ我が社のために！

アピールプレゼン終了後、プロデューサー・エサキ氏によるプレゼン力向上塾を実施した。各デザイナーのプレゼン内容を踏まえつつ、実践的でより具体的な指摘の数々。それらを基調にした参加者間のディスカッション。
自分らしさを活かすブランディングが、価値観を同じくする企業から選ばれ、結果として「デザイン経営」のパートナーとなる可能性が高まることを学んだ。

得ることが多い内容に参加デザイナーのモチベーションが自然とアップ。

デザイナー

企業を救えるデザイナーになるプロジェクト

デザイナーから企業へのアピールプレゼン会。

「デザイナー」➡『企業』

受け身で仕事をするのではなく、価値を見出せる仕事、スキルを活かせる仕事、何よりやりたい仕事と出会う可能性を広げる意味でのプレゼン会。

10/1 ㊌

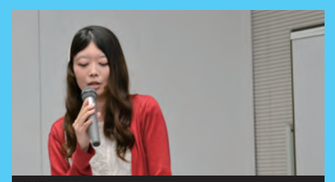
自分のスキルを活かせる企業と出会いたい

アピールプレゼン参加デザイナー

ゲイトライトデザイン

(株)あつまる

エストレージャス ワークス



(株)かりえっと

やりたい仕事を共に創り出すパートナーとしての企業選び。

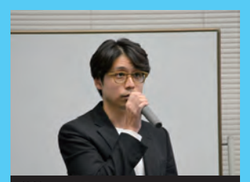
葦書房

ハモン・ド・デザイン

クルーズデザイン

NATIA DESIGN

(株)シーノ・オフィス

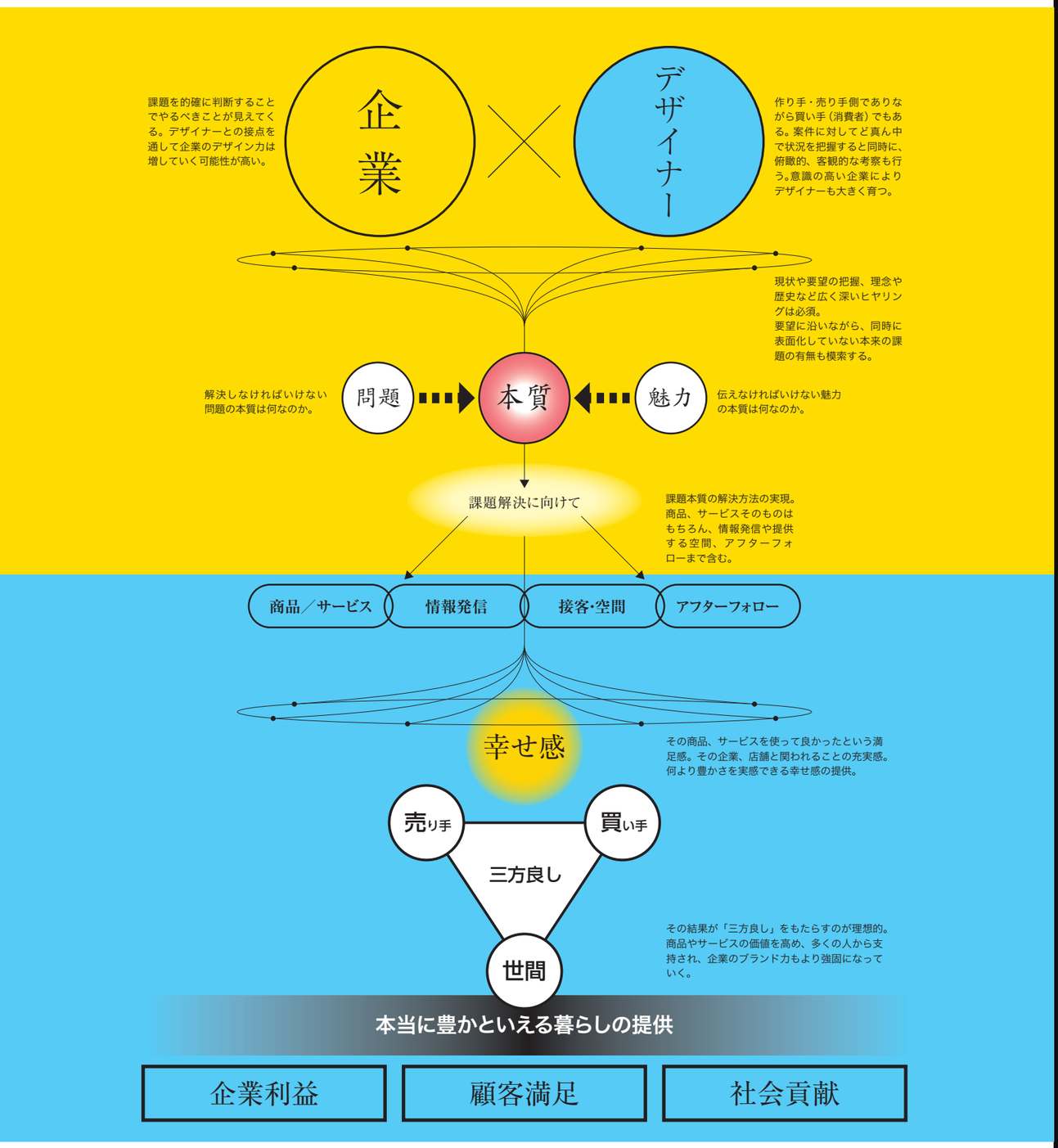


(株) LAND

ディープラス　&　frankunit

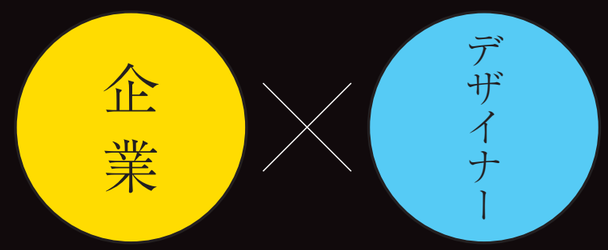
シムアットデザインラボ

デザイン = 企業とデザイナーの協働



Step 4 パートナー選定 連携開始

協働によるデザイン経営の始まり。



「デザイン経営」のパートナーを見つける

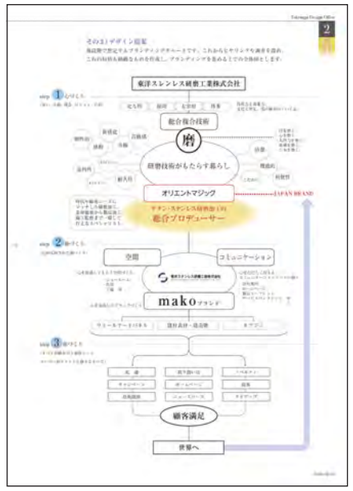
企業を救えるデザイナーになる

町医者のようなデザイナーとの付き合いを求めて。

●東洋ステンレス研磨工業株式会社

ステンレスの複合研磨技術を基盤に「金属素材に意匠性と機能性を与えることでの社会貢献」をミッションとする、創業52年の歴史を持つ福岡県太宰府市の金属メーカー。加工前の素材から製品まで、ステンレス全製品の一貫研磨設備を装備している点で全国有数の企業であり、ステンレスで作るデザイン雑貨ブランド「mako」製品の販売も行っている。第18回ステンレス協会賞 優秀賞受賞（福岡県弁護士会館の外装・内装）。

デザイン提案書



課題
金属素材の意匠+機能で社会貢献。
その商品構成や情報提供の精度をあげたい。

↓

提案
企業魅力の本質（思想、ビジョンなど）を
解き明かし、自他共に判るように可視化する。

↓

解決に向けて
企業ブランディングから着手。本質の整理整頓後、
各事業ブランドへ展開していく。

可視化して課題とビジョンを共有する

東洋ステンレス研磨工業は、2030年をめどに自社ブランドの確立を目指しており、事業戦略推進に「デザイン経営」の手法を活用して会社自体をデザインする必要があると考え、そのパートナーとなるデザイナーを見つけるべく、今回のプロジェクトに参加した。門谷社長は「広い意味でのデザインワークを頼めるデザイナーと出会う機会がなく、自社課題を共有できる“町医者的デザイナー”との出会いを期待した」と語る。

東洋ステンレス研磨工業のプレゼンテーションで示されたのは、「金属素材に意匠と機能を与えることで社会に貢献していくために、商品構成や情報提供の精度を向上し、自社ブランドの確立につなげていく」という課題だった。

複数のデザイナーから提案書が出され、最終的に門谷社長によって武永デザイン事務所が選定された。

武永デザイン事務所の武永代表は、2018年から「デザイン経営」の啓発活動に携わっており、「売り手・買い手・世間の三方良しを実現するデザイン力は、企業とデザイナーのより良い関係から生まれる」という確信のもと、自身がパートナーとして貢献できる企業を求めて今回のプロジェクトに参加していた。

選定について門谷社長が重視したのは、「一般的なコンサルタントとは違う視点で会社全体を俯瞰できる可能性」。武永氏による提案書にはブランディングチャートの草案が記載されており、門谷社長は「企業の歴史、文化、本質、特性、未来ビジョン等を一気通貫的に相談できるのでは」と期待した。

デザイナーの武永氏は、「提案書では思想やビジョンなど企業の魅力の本質を解き明かし、自他共にわかるように可視化することに留意した」と話す。東洋ステンレス研磨工業のブランディングへの道筋が武永氏のチャートで可視化され、企業とデザイナーが課題とビジョンを共有することができたといえる。

企業の筋を通すデザイン力で世界へ

「デザイン力で筋の通った企業へ変貌していく」と話す門谷社長が目指すのは、世界に向けたJAPANブランドとして独自の価値を確立することだ。

「高度なデザイン力で経済振興と社会貢献を両立し、本当に豊かな社会の実現に寄与したい」と話す武永氏との協働は、その着実な一歩となるだろう。

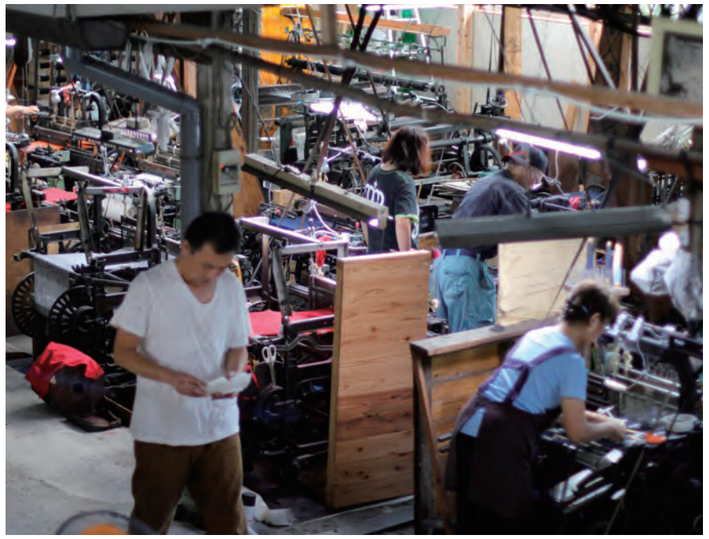
東洋ステンレス研磨工業（株）
〒818-0131 福岡県太宰府市水城6-31-1
Tel. 092-928-3733 Fax. 092-928-5430
http:// www.toyo-kenma.co.jp

武永 茂久　武永デザイン事務所
〒810-0022 福岡県福岡市中央区薬院1-7-12-403
Tel. 092-406-8782 Fax. 092-406-8782
E-mail. t-d-o@cameo.plala.or.jp
http:// whoswho.jagda.or.jp/jp/member/1355. html

デザイン経営の力を注入したリブランディングへ。

●下川織物

1948（昭和23）年創業、福岡県八女市の久留米絣織元。「絣に寄り添い人生を楽しむ方を応援する」を合言葉に、家族「的」経営で伝統工芸の新しい形を追求し、デザイナーや企業と協働して絣生地をいかした衣服やバッグ、雑貨などを展開。SNSを活用した情報発信、工場見学、起業家支援、国内コラボレーション企画、海外プロジェクトなど意欲的な取り組みを行っている。2015年第6回ものづくり日本大賞受賞。



デザイン提案書

課題：toB案件獲得施策　　下川織物 御中

課題解決に向けて重要視したいポイント

・伝統的な久留米絣の他には無い伝統と美しさ
・活発な情報発信力。経営者の力の情報発信の積極性
・豊田製の古い織機が現役で活躍している

特に改善を図りたいポイント

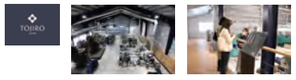
・Webに広報と宣伝、ストアの情報が混在しており、訴求ポイントと、入り口がわかりづらい

デザイン提案

● Webサイトのコンテンツの再構築
ユーザーのサイト訪問の目的を意識し、広報と宣伝、ストアの構成（レイアウト）をひと目でわかるものにリデザイン、欲しい情報にストレスなくたどり着けるようにいたします。
導線① 購入目的　導線② 資料請求　導線③ 問い合わせ　導線④ 工場見学

● リブランディング～スローガン
企業概要をシンプルに。下川織物は、「ひと言」で言うとどう言うブランド＆企業であるかを、シンプルな言葉でメッセージ。

● 工場をリデザインして発信力を高める
ユーザー体験のUP、全国レベルでの話題性・魅力の提供。
例）新潟・燕三条の包丁メーカー「藤次郎」



エストレージャス ワークス 吉﨑達夫
www.estrellas.works
Estrellas.WORKS

プロデューサー

江副 直樹
ブンボ株式会社 代表

西南学院大学法学部中退後、米穀店店員、工場作業員、釣り雑誌編集者、コピーライターを経て、商品開発と広報計画を柱とする事業プロデュースの会社、有限会社ブンボ設立。農業、商業、工業、観光、地域活性など、多分野の多様なクライアントに対する、コンセプト重視の事業戦略提案とその実現が主な仕事。ときどき原稿書き。福岡デザイン専門学校 特任講師。大阪芸術大学 客員教授。12 年間の福岡県朝倉郡東峰村暮らしを経て、現在大分県日田市在住。

課題　不明瞭なコンセプトと情報の散乱。

↓

提案　全体観を持つプロデューサー的デザイナーの投入。

↓

解決に向けて　広報の入口であり、下川織物の全情報を格納するWebサイトの改善から着手し、徐々に全体を整える。

「デザイン」を理解するきっかけに

三代続く久留絣の織元、下川織物は、ここ数年取り組んできたマーケティングやWEBを活用した事業展開をより発展させるため、デザインの力を活用するべく、プロジェクトに参加した。

「デザインを有効活用して成果をあげている企業のように、自社でもデザインを取り入れたかったし、デザインそのものを理解するきっかけにしたかった」と、三代目の下川強臓氏は語る。

下川織物では、これまでにも必要と感じたツールなどを様々なデザイナーにオーダーしてきたが、「全体的な把握がないまま、その場しのぎ的なオーダー（下川氏）」ともいえるもので、結果的に不明瞭なコンセプトと情報の散乱が課題となっていた。

下川織物の課題プレゼンテーションを受け、複数のデザイナーから提案があったが、選定は難航した。下川氏は「自社のプレゼン自体が満足できるものではなかったこともあるが、提案書の良し悪しの判断がつかなかった。自分自身で的確に判断できるのであれば、すでに“デザイン経営”が実践できているのではないか」と振り返る。

その後、事務局の提案により、まずはプロデューサーの江副氏と共同で案件を整理しなおし、その上であらためてデザイナーの選定を行うこととなった。

デザイン経営でビジョンの達成へ

江副氏との整理を経て課題はより明確になり、何よりも下川織物に対する「全体観」を持つことが重要とされた。結果的にデザイナー選定はプロデューサーに一任となり、エストレージャス・ワークスの吉﨑氏が選ばれた。

「デザイン力を求めている企業の生の声を聞きたかった」という吉﨑氏は、全案件に提案書を提出。「課題の本質を見出すことと、次のステップにつなげる方法の提示に留意した。相互理解が最も大事だと考えており、ご縁をいただいた下川さんとは良きパートナーとして絆が深まる取り組みにしたい」と語る。

下川氏、江副氏、吉﨑氏は検討を重ね、課題と今後の方向性を共有した。

「Webサイトのリニューアルを含むリブランディング、タイアップによる海外販路拡大、AI活用による生産システム開拓、この3つにデザイン経営の力を注入したい」—今回の取り組みで「デザイン経営に対するイメージが見えてきた」という下川氏が掲げる３つのビジョンは、その確かな意志の表れでもある。

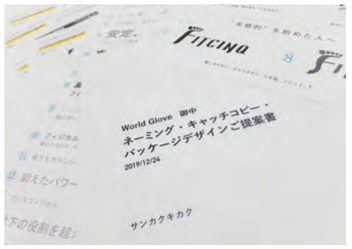
下川織物
〒834-0024 福岡県八女市津江1111-2
Tel. 0943-22-2427
E-mail. info@oriyasan.com
https://oriyasan.com

吉﨑 達夫　エストレージャス ワークス
〒810-0032
福岡市中央区輝国2-13-6 ルシエール六本松203
Tel. 092-753-9415
https://www.estrellas.works

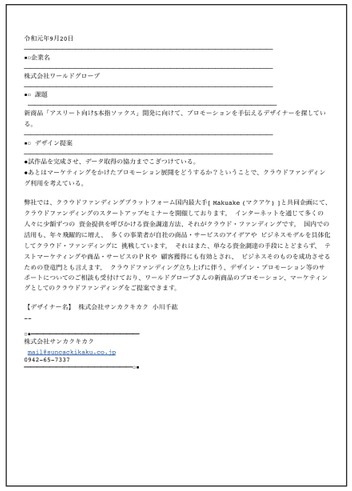
チームの多様性が生むアクティビティを商品力に。

●株式会社ワールドグローブ

「GLOVEには愛がある」をキーワードに、「機能性」と「ファッション性」を兼ね備えた手袋・靴下などのプロダクトを創造する福岡県久留米市の企業。コラーゲン保湿手袋「Moist Coat（モイスト・コート）」、iPhone向け手袋「Touch Finger（タッチ・フィンガー）」、次世代５本指靴下「Arquitect5（アルキテクト5）」などデザイン性に優れたものづくりは評価が高く、福岡デザインアワードで連続入賞している。



デザイン提案書



令和元年9月20日

■1.企業名

株式会社ワールドグローブ

■2. 課題

新商品「アスリート向け5本指ソックス」開発に向けて、プロモーションを手伝えるデザイナーを探している。

■3. デザイン提案

●試作品を完成させ、データ取得の協力までこぎつけている。
●あとはマーケティングをかけたプロモーション展開をどうするかということで、クラウドファンディング利用を考えている。

弊社では、クラウドファンディングプラットフォーム国内最大手{ Makuake（マクアケ）}と共同企画にて、クラウドファンディングのスタートアップセミナーを開催しております。 インターネットを通じて多くの人々に少額ずつの 資金提供を呼びかける資金調達方法、それがクラウド・ファンディングです。 国内での活用も、年々規模的に増え、 多くの事業者が自社の商品・サービスのアイデアや ビジネスモデルを具体化してクラウド・ファンディングに 挑戦しています。 それにはまた、仲么る資金調達の手段にとどまらず、 ラストマーケティングや商品・サービスのＰＲや 顧客獲得にも有効とされ、 ビジネスそのものを成功させるための登竜門とも言えます。 クラウドファンディング立ち上げに伴う、デザイン・プロモーション等のサポートについてのご相談も受けております。ワールドグローブさんの新商品のプロモーション、マーケティングもこのクラウドファンディングをご提案できます。

【デザイナー名】 株式会社サンカクキカク 小川千紘
--

株式会社サンカクキカク
mail@suncackikaku.co.jp
0942-65-7337

販促用プレリリースツール

コーディネーター

神田橋 幸治

- ビジネスデザインラボ／代表
- 福岡地域戦略推進協議会（Fukuoka D.C.）シニアコンサルタント
- 福岡県ベンチャービジネス支援協議会ビジネスコーディネーター
- 久留米商工会議所／プロジェクトディレクター

課題
高機能商品の試作が完成、仕上がりも満足いく水準に。
ブランド価値を高めて、主力商品へ育てていきたい。

↓

提案
商品開発段階からの連携・巻込みによって、
優れたノウハウ・資源の外部調達を進めるとともに、
地域ポテンシャルの取込みをはかる。

↓

解決に向けて
多様なステークホルダーによる商品開発チームを組成し、
開発からプロモーションまで一体的に展開していく。

提案の実現可能性を重視する

「福岡デザインアワード」で連続入賞を果たすなど、「デザイン経営」に造詣が深いワールドグローブは、新規事業に伴い、新しいデザイナーとの出会いを求めてプロジェクトに参加した。代表の本田氏には「これまで知り合ってきたデザイナーの枠に留まらない出会いがあれば」という思いがあった。

美容・ファション系でヒット商品を持つワールドグローブが次の柱に定めたのは、アスリート向け5本指ソックス。企業プレゼンテーションを受け、複数のデザイナーから提案書が出された。本田氏は「デザイナーの提案を通じてやるべきことの明確化につながった。想定を超えた提案もあり、大変興味をそそられた」と、手応えを語る。

満足できる水準の試作品が完成していたこともあり、連携するデザイナー選定で重要視されたことは、「売り方」までを視野に入れた「提案の実現可能性の高さ」。コーディネーターとして参加した福岡地域戦略推進協議会の神田橋シニアコンサルタントのサポートも得て、担当デザイナーには株式会社サンカクキカクの小川氏が選定された。

チームワークで「デザイン啓発」を

「シンプルさにこだわり、できることをまっすぐ伝えることに留意した」と小川氏が語る提案書のポイントは「クラウドファンディングの活用」。クラウドファンディングを資金調達の手段とするだけでなく、優れたノウハウや資源の外部調達としても位置づけ、地域ポテンシャルを取り込みながら、新商品のテストマーケティングやプロモーションにつなげていこうとする考えだった。本田氏には「単に売るのではなく、アクティビティと一緒に商品を広げたい」という考えがベースにあり、納得のマッチングとなった。

課題解決へ向け、神田橋氏のコーディネートで商品開発チームを組成。アウトドアアクティビティを担うフリップワークス株式会社の山川取締役、ウォーキングアクティビティを担うアスリートウォーキング協会の石部代表理事など参加者は多角的な広がりをみせつつ、一体的な展開が図られている。

本田氏には「地域・社会に対するデザイン啓発を行いたい」というビジョンがある。小川氏が目指す「デザインで開いていく可能性を実感できる仕事」が、多様な人脈と連携した今回のプロジェクトは、その試金石となりそうだ。

(株) ワールドグローブ
〒830-0063
福岡県久留米市荒木町荒木1538-2
Tel. 0942-80-8245　Fax. 0942-80-0017
https://www.worldglove.com

小川 千紘　(株)サンカクキカク
〒830-0064 福岡県久留米市荒木町藤田1422-1 B2F
Tel. 0942-65-7337　Fax. 0942-65-7327
E-mail. mail@suncackikaku.co.jp
https://suncackikaku.com

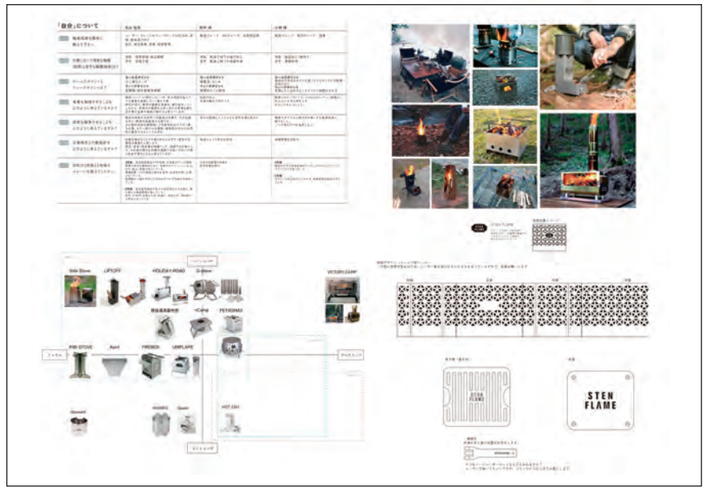
講師事例紹介

次の世代に会社を繋げていくためのデザイン経営。

●株式会社丸山ステンレス工業

1973年（昭和48年）の創業以来、ステンレスの精密板金加工に特化したものづくりを展開。優秀板金製品技能フェアにて「ステンレス製灯籠」が金賞を受賞するなど、高い加工技術を持つ。多くの企業からの加工依頼に対応しており、業務は順調であった。2005年（平成17年）現社長が就任。依頼に対応する業務はもちろん基幹業務とするものの、（株）丸山ステンレス工業という企業のあり方をもう一度考えたい、社員が家族に「何をしている会社か」と聞かれた際、誇りをもって語ることのできる企業を目指したい、という思いから、自社で培った技術を結集した商品開発を行いたいという夢がふくらんでいった。

デザイン提案書



STEN FLAME

" ステンレスが生み出す炎の灯しび"

野外で使って頂ける２人用のミニストーブ。災害など緊急時にも薪ストーブとして使える道具を作りました。女性でも持ち運べる軽量サイズになっています。

焚き火台として、グリルとしても使え、人々の希望の灯になるようにという願いを込めた、町工場だからこそできる職人による一手間の技術が詰まった「Bonfire Grill」です。

課題

社員が家族に、何をしている会社かと聞かれた際、
誇りをもって語ることの出来る企業を目指したい。

↓

提案

丸山ステンレスを知ってもらうための「顔づくり」。

↓

解決に向けて

社員のみんなが楽しく使えて、
知り合いにも伝えたくなるような商品を開発する。

丸山良博社長インタビュー

●デザイナーとの連携のきっかけは？

自社のあり方をもう一度考えたいと思っていたとき、セメントプロデュースデザインの存在を知った。代表の金谷氏の書籍を何度も読み、自社の課題や強み、進みたい方向などをあらかじめ整理した上で相談に伺った。

お互いの業界で常識が違うこともあったが、疑問に思った点や分からないことは全てそのつど質問し、社員を含めたこちらの意見を何でも伝えるようにしたため、そうした点は解消できた。

むしろ違う業界にいるからこそ違う目線で考えることができ、いい商品開発に繋がっていったと考えている。物理的な距離が離れていることについては、TV会議やSNSなどのツールで意思疎通を図っており、不便はない。「費用が高いのでは？」とよく言われるが、自社でデザイナーやマーケッターを雇うことを考えれば、安いくらいだと思う。

●商品開発までの道のりは？

当初は家具やステーショナリー、ワインクーラー、マネークリップなど多くの候補があった。紆余曲折ある中で、社員もユーザーの一人として「自分事」と捉えられる商品が良いと考え、メンバーの総意でアウトドア用品に決定した。

最終的な決定をデザイナー任せにすることは、企業の責任逃れにつながり、自分事として考えられないため社員も本気になれない。また、企業はデザイナーの指示を待つだけとなってしまい、それではデザイナーの下請けになるのと変わらない。今思えば、決定の過程では、最終的な決定権とその責任はいつも当社が持つようにマネジメントされていたと思う（笑）。

デザイナーは、何とかしてくれと丸投げしていれば企業の代わりに全てを行ってくれるのではなく、一緒に未来を考えることができるパートナー。

●「デザイン」で変わったことは？

金谷氏と商品開発に取り組む中で、「今ある仕事」だけを続けていた時よりも、会社としての経験値や表現力、新しいことへ挑戦する意欲が高まり、社員の目つきや姿勢がどんどん良い方向に変わっていった。社内でこうした変化が起きただけでも、デザイン経営に取り組んだ意味があったと思う。次の世代に会社を繋げていくための取り組みこそが「デザイン経営」だと考えている。

(株)丸山ステンレス工業
〒861-0331 熊本県山鹿市鹿本町来民1017-2
Tel. 0968-46-3234　Fax. 0968-46-5318
E-mail. maruyama@maruyama-sk.co.jp
https://www.maruyama-sk.co.jp/

金谷 勉（有)セメントプロデュースデザイン
〒550-0003 大阪府大阪市西区西区京町堀1丁目15-23
Tel. 06-6459-0368　Fax. 06-6459-0365
http:// www.cementdesign.com

その先にある、それぞれのデザイン経営を求めて。

今回のプロジェクトに参加した企業の中には、デザイナーの選定に至らなかったケースもあった。
しかし、いずれの企業も「デザイン経営」の実践へ向けて確かな一歩を踏み出したことで貴重な萌芽を得た。
その芽をリアルな成果へとつなげるべく、デザイナーとの協働に向けた取り組みがすすめられている。

社内方針を明確にしてデザイナーと連携し、新たな商品開発へ。

株式会社はかた匠工芸

1955年創業、博多織の製造販売、和装文化に関する情報サービスの提供を行うはかた匠工芸は、第 62 回(2018 年) 新作博多織展にて内閣総理大臣賞を受賞するなど、その技術は高い評価を得ている。

［今里氏：談］以前から、博多織を活かした小物を企画するために社外のデザイナーとディスカッションを行いたいと考えており、今回のプロジェクトに参加した。九州にどんなデザイナーがいるのかを知る良い機会だった。

デザイナーの選定にあたっては「実績=人柄」という考え方を重視した。デザインは「表現」だけでなく、「経営や企画全体を一緒にプランニングすること」で、デザイナーはそのパートナーであるということが理解できた。他社とも連携した経験を持つデザイナーとの協働は、自社にとって大変意味のあることだと思う。

セミナーや個別相談会を通じ、自社の強みや弱み、ターゲットなどが十分に分析できていないと感じたので、社内で営業部長を交えたディスカッションなどを行うなど、まずは会社としての方針決めを行っている。「どんな商品を誰に届けたいか」などの社内方針を明確にした上でデザイナーと連携し、新たな商品開発につなげたい。

〒816-0921 福岡県大野城市仲畑 2 丁目 12–40　TEL.092-581-7232　FAX.092-573-7505
https://takumikougei.jp/

オリジナル商品や海外展開で必要になる、企業ブランディング。

かくやフーズ株式会社

2000 年 11 月創設。2019 年 3 月「かくやフーズ株式会社」に社名変更。宮崎県産のゆずを活用した「ゆずのまんま」が主力商品で、小売りやインターネット販売を行うほか、食品関連の商品企画や輸入販売を行っている。

［宮尾社長：談］どんなデザイナーがいるのかという興味と、海外展開における商品パッケージデザインのこともあって参加した。提案書では、正直、ピンとくるデザイナーを探すことができなかった。デザイナーと個別に話をする機会があれば、人となりが分かって選びやすかったかもしれない。「デザイン経営」というからには、経営を任せられるレベルで企業を理解していなければパートナーとしての選定は難しい。

当社は「素材菓子」という商品を展開しており、同じ商材を売先ごとにパッケージや内容量を変えて販売している状況のため、「かくやフーズ自身をアピールしたい」、「全商材のイメージを統一したい」という方針ではなく、トータルデザインに対する重要度がやや低い。ただし、自社オリジナル商品などを増やしていく場合や、海外展開も視野にいれた場合は、「企業ブランディング」という意味でのデザインも必要になってくると考えている。

〒811-2207 福岡県糟屋郡志免町南里 2 丁目 20-9　TEL.092-937-5077　FAX.092-937-5078
https://net-kakuya.ne.jp/

パートナーとしてデザイナーと一緒に考え、より良いものを。

有限会社ふるさと倶楽部（唐津くん煙工房）

1996年設立。国産素材を使用したトンネル熟成ハム・ソーセージの製造・販売を行っている。

［雪竹社長：談］2019 年にハム・ソーセージを使ったピザやパンの販売ために店舗移転を考え、新たなデザイナーとの出逢いを求めて参加したが、既知のデザイナーと同じ方向性の提案でグッとくるものがなく、選定に至らなかった。商品・サービスの良し悪しが分かるのは提供している企業側。自社としての強み／弱みをしっかり社内で議論し、譲れない核、ぶれない軸となる部分を明確にしてからデザイナーと話すことが重要だと思う。

企業の意見を伝えるためには、企業自身もデザインについて多くを学び、知見を高めておく必要がある。デザイナーは丸投げする相手ではなく、パートナーとして一緒に考えていくことでより良いものができると考えている。

〒847-0062 佐賀県唐津市船宮町 2303 番地 1 号　TEL.0955-74-4015　FAX.0955-74-4033
https://furusato-ippin.co.jp/

デザイナーと連携し、自社の価値を伝える企業ブランディングを。

株式会社 YE DIGITAL

1978年、安川情報システムとして創業。2019年、デジタル経営実現に貢献すべく、YE DIGITAL に社名変更。

［担当者：談］テクノロジーの進化が加速度的に進むなかで、顧客に自社の価値を伝えるためには、企業の方針や他社との違いを明確に伝えていかなければならないと感じている。そのためブランディングの必要があると認識していたが、デザイナーをどう探せばいいのか悩んでおり、参加した。今回は社内の意思統一が十分でなく、即座にデザイナーとの連携までには至らなかったが、提案書などを通じてデザインは外観を整えるだけのものではないと実感している。2020 年初夏に本社移転を機にショールームを設置する。（新住所：〒802-0003 北九州市小倉北区米町二丁目1番21号 APエルテージ米町ビル）。将来的にはデザイナーと連携し、企業ブランディングなど積極的に行っていきたい。

〒806-0037 福岡県北九州市八幡西区東王子町 5-15　TEL.093-622-6111 FAX.093-622-6121
https://www.ye-digital.com/jp/

出逢いと気づきで「デザイン会社」として進める、デザイン経営。

株式会社アルバス

まちの写真館と保育園を運営。アルバムや書籍、雑貨などの販売、イベント企画やデザイン業務も行っている。

［酒井代表：談］社内にデザイナーを抱えるなか、福祉事業にもチャレンジしながら、社会をデザインできるようなプロデュース事業を学びたいと参加した。デザインを核とした企業として自社のデザイン経営について学びたいと考えていたため個別相談会に参加し、自社を違う角度から整理し直す方法を学んだ。プロジェクトを通じて出逢いと気づきをもらい、専門家との連携の重要性を理解できた。現在は当社の事業全体を整理し、予算などの相談も対応いただける専門家と出逢うことができ、デザイン会社としての社内のデザイン経営を進めている。

〒810-0023 福岡県福岡市中央区警固 2-9-14　TEL.092-791-9335 FAX.092-791-9336
http://albus.in/

企業支援を活性化するデザイン経営の可能性。

今回のプロジェクトでは、一般企業だけでなく金融機関からの参加もあった。
先行き不透明なこの時代に、「デザイン経営」を活用した企業支援が動き出している。

デザインパートナーと共に、デザイン経営で企業支援を。

たちばな信用金庫

たちばな信用金庫 担当者

支援先：彫刻舞たくみ 下村氏

1949年12月8日設立。1999年11月1日、諫早信用金庫が長崎信用金庫との合併により「たちばな信用金庫」と名称変更。金融支援のみでなく、「たちばなビジネスクラブ」や「たちばな未来塾」など地域の経営層向けに勉強会やセミナーなどを実施し、地域ビジネスを支援している。

［業務部：談］「デザイン経営」という言葉を初めて知ったのは、九州経済産業局による九州北部信用金庫協会での説明のときだった。企業支援に「デザイン経営」という手法があることを知り、「彫刻製作時に出る端材を何かに役立てることはできないか」と悩んでおられる支援先企業と一緒に、デザイナー募集のプレゼンテーションに参加した。

現在、提案をいただいたデザイナーから1名を選定して3回の面談を重ね、一緒に何ができるか検討している。信用金庫内で「デザイン経営」という言葉に対する理解が十分浸透していないため、将来的には職員向けにデザインプロセスやデザイン思考を学ぶワークショップや研修などを開催したり、信金としてのデザインパートナーを探し、企業支援のひとつのメニューとして「デザイン経営」という支援を行えるようになりたいと考えている。

〒854-0053 長崎県諫早市小川町 52-1　TEL.0957-24-0027　FAX.0957-24-0002
https://www.tachibana-shinkin.jp/

一貫したデザイン経営を、有意義な経営リソースに。

ゲイトライトデザイン

［関光氏：談］以前から「デザイン経営」には意義があると共感しており、今回はぜひ参加したいと思った。

「提案書」という紙面だけでのデザインマッチングは難しく、面談もお願いして、日頃からいちばん協業したいと考えていた業種の会社にお声掛けいただいた。

企業へ実績をアピールするプレゼンテーションでは、通常は口頭で進めているところを書面で視覚化するきっかけになり、デザイン活動をより論理的に話すガイドになってよかったと思う。

これまで製品デザインを専門に行ってきたが、事業構想からマーケティングやブランディングまで一貫していなければ上手くいかない。これはデザイン経営活動そのもので、すべての事業者に必要なスタンスであり、川上から川下までの活動をワンストップで行えるのが製品デザイナーだと考えている。

デザインは事業者ごとの“らしさ”を表現しながら事業を具体的に進め、売上を作る活動。生み出された製品・サービスを通じ、事業者と共に顧客を少しでも幸せにしたいと願ってデザインを行なっている。今後もこのスタンスで活動を継続し、より多くの事業者のサポートができればと思っている。

〒841-0026 佐賀県鳥栖市本鳥栖町 633-10 ザ・鳥栖タワー 20 1006　TEL.0942-80-3570　FAX.0942-80-3570
http://gldesign.jp/

企業の課題解決に、デザインを活用した新提案を実践。

福岡ひびき信用金庫

ソリューション営業部
担当者

1924年設立。福岡などに46店舗を構え、様々な経営課題解決のサポートを行っている。

［ソリューション営業部：談］日々の情報入手で「デザイン経営」というワードは目にしていたが、具体的な理解には至っていなかった。職員自身がデザイン経営を体験し、企業支援に取り入れることができたら、という想いで参加した。当金庫の幹部がデザイン経営に理解がある環境でもあった。

金谷氏の講演で重要とされた「共創」は、企業を取り巻く周囲の協力が不可欠であり、企業の目指している方向性の把握や新たな商品やサービスに対する思い入れを深めることにもつながるため、その中心的な役割を地域金融機関が果たせれば理想的だと感じた。

企業の課題をデザイナーと考えるワークショップで、多方向の視点に気づくことができた。新たな視点を職員自身が学んだことで、既存のロジカルな経営支援手法では限界を感じていた会員企業の課題解決について、デザインを活用するという新たな提案ができるようになった。

〒805-0059 北九州市八幡東区尾倉 2-8-1　TEL.093-661-2311　FAX.093-661-2414
https://www.fukuokahibiki.co.jp/

「食べる幸せ」をデザインの力でお客様に届けたい。

有限会社月翔

清永氏

牟田氏

2001年「チームケアステーションきらら」開設。2006年、通所介護と重症重複障がい者の生活介護「きららデイサービスセンター」オープン。北九州の民間企業ではパイオニア的企業。

［清永代表：談］福岡ひびき信用金庫担当者からデザイン経営の提案を受け、安心・安全な「美味しい食事としての嚥下食」の提供・開発を行う社内ブランド「七日屋」の相談で参加した。

6名のデザイナーとディスカッションでき、この事業に興味を持っていただいたデザイナーに感謝している。多くの意見を聞くことで消費者へ伝えたいことが明確になり、課題が整理できたことは大きな成果につながった。実際に事業を活用しているが、事業担当者の能力が高いだけでなく、企業にしっかり寄り添う丁寧な仕事ぶりで、どのような結果がでるか楽しみだ。

〒805-0061 北九州市八幡東区西本町1丁目 3-18 KTO ビル 203 号　TEL.093-921-8600　FAX.093-921-7711
https://www.kirara-tukito.jp/

「我々だからできる」を見直すために、デザインの力を。

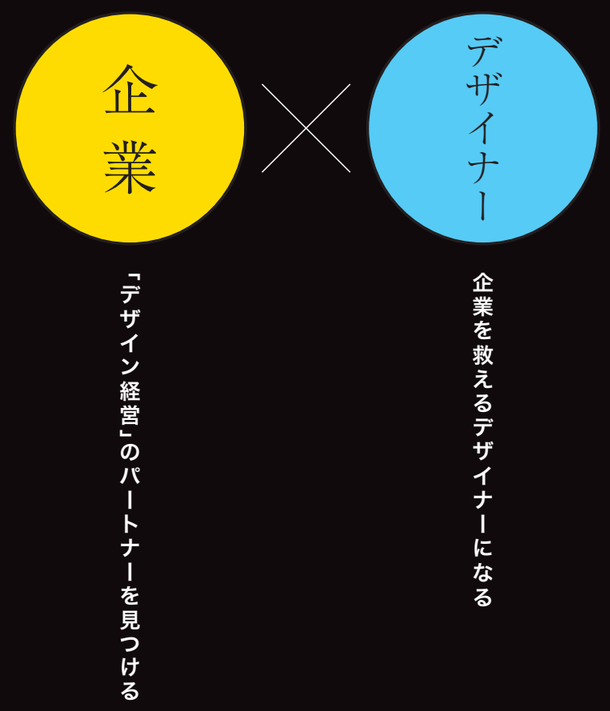
株式会社一新堂

佐賀県有田町で 1956年に創業した貼箱メーカー。三代目の本土大智社長がデザイナーと連携して企業自体のトータルブランディングを行い、2018年にグッドデザイン賞を受賞。

［本土社長：談］現在、在庫や裁断後の紙やボール紙の多くが廃棄となっており、経営上もSDGsの観点からも大きな課題で、こうした端材を「本当に欲しい人のもとへ本当に欲しい商品として届けたい」という想いに共鳴いただけるデザイナーとの出逢いを求め、伊万里信金・福岡ひびき信金担当者から提案を受け参加した。

デザイン経営には、経営層が本気でビジョンを見据え、問題の本質を改善する事が重要と考えており、「ただ売るためのデザイン」ではなく、「会社をより良い方向に変えるデザイン」のために、デザイナーと協働していきたい。

〒844-0012 佐賀県西松浦郡有田町桑古場乙 2369　TEL.0955-42-5131　FAX.0955-42-2001
https://isshindo1956.com/



まとめ

九州経済産業局が実施した、令和元年度「デザイン経営」手法を活用した地域中小企業等支援方策調査事業**「デザイン経営」のパートナーを見つけるプロジェクト**を通じて、デザイン経営の導入促進に向けた、企業・デザイナー双方の意識改革の必要性が強く認識されました。当プロジェクトに参加した全ての企業・デザイナーを網羅できているものではありませんが、掲載事例等からおわかりの通り、企業とデザイナーの連携に至るプロセスや、発生する課題等はそれぞれ異なっており、解決方法やその道筋も様々です。

下記に当事業の成果と、今後の企業におけるデザイン経営導入促進に向けて必要と考えられることをまとめます。

本プロジェクトによって得られた成果

1．「デザイン経営」に関する意識や理解の向上を図りました。
　令和元年８月６日：デザイン経営のパートナーを見つけるプロジェクトセミナー（…P12）
　（エントリー企業・支援機関　６６社）
　令和元年９月10日：企業を救えるデザイナーになるプロジェクトセミナー（…P12）
　（エントリーデザイナー　５３社）

2．下記の機会を通じ、企業とデザイナーの連携をサポートしました。
　令和元年７月31日：企業と複数デザイナーによるワークショップ（２社…P14）
　令和元年８月７日：デザイナーとの個別相談会（５社…P15）
　令和元年９月18日：企業からの課題プレゼン（８社…P16）
　令和元年10月１日：デザイナーからの実績プレゼン（12社…P18）
　令和元年度中：デザイナー募集相談（３社…P33）

3．当プロジェクトをきっかけとし、連携が開始しました。（令和２年３月１日時点）（…P21）
　契約、秘密保持契約書、覚書等の締結（５社）
　課題解決に向けパートナー選定中（５社）

4．自社の強みや課題の整理・検討を通じて「デザイン経営」への理解が深まりました。（…P30）

今後に向けて必要と考えられること

1．企業経営層の「デザイン経営」に関する更なる理解
2．企業自身による、自社の強み・課題の整理
3．デザイナーのデザインプロデュース力の更なる向上
4．企業・デザイナー双方が本音で相談し合える場
5．企業・デザイナー双方の知的財産・契約実務に関する知識向上

九州経済産業局　産業部　サービス産業室

資料

プロジェクトで使用したシート一覧

「デザイン経営」手法を活用した地域中小企業等支援調査事業

説明会申込・プロジェクトエントリーシート

セミナーに参加ご希望の方は、エントリーシートにご記入の上、申し込みお願い申し上げます。

1. 参加者（社名）・担当者名、連絡先、会社概要等をご記入ください。

参加者名	フリガナ		フリガナ	
	会社名		担当者名	
			役　職	
連絡先	郵便番号			
	フリガナ		Tel	
	住　所		Fax	
			E-mail	
			ホームページ URL	
資本金	万円	事業所数	所	デザイン投資にかけられる予算　万円

※担当者以外でセミナーを参加ご希望の場合：参加者を含み　人参加

2. 御社の業種、主な商品・サービスをご記入ください。 例：製造業、半導体製造装置部品等

3. 社員数について、該当する人数に1つ 印をつけてください。
- □ ①１人～９人　□ ②１０人～１９人　□ ③２０人～２９人
- □ ④３０人～３９人　□ ⑤４０人～４９人　□ ⑥５０人以上

4. 社員年齢について、該当する人数に1つ印をつけてください。
- □ ①２０才代～６０才代まで幅広く在職　□ ④４０才代が中心
- □ ②２０才代が中心　□ ⑤５０才代以上が中心
- □ ③３０才代が中心　□ ⑥その他

5「デザイン経営」について御社の経営層は関心や理解がありますか？また、それはどのようなことですか？

6.「デザイン経営」の取り組みの有無について、該当するものに１つ☑印をつけてください。
- □ ①すでに連携している企業、またはデザイナー等がいる。　□ ②連携してない。
- ｜　社／者と連携している　｜
- ①とお答えの方は、以下にお答えください。　②とお答えの方は、以下にお答えください。
- □ -1. 満足している　□ -2. さらに増やしたい　□ -1. 連携は考えてない
- □ -3. 現在の連携を解消し、新たに連携をしたい　□ -2. 連携を検討中
- □ -4. その他　□ -3. どちらでもない

7. セミナーに期待することや、貴社が抱える問題、今後の展望など、ご自由にご記入ください。

8. 個別相談会 (8/7 開催) への参加を希望されますか。(別途送付する、規定のデザイン経営実践ワークシートの記入が必要です)
- □ ①希望する　□ ②希望するが、8/7 は無理　□ ③希望しない

注意事項

エントリーシートは、参加企業の業種、「デザイン経営」の取り組みの現況と展望等を把握し、今後の事業に有効に活用することを目的としています。本シートに記載された内容につきましては、企業名及び担当者名、連絡先等の個人的に特定される情報を除き、本事業（「デザイン経営」手法を活用した地域中小企業等支援方策調査事業）の報告書等で公表される場合がございますので、予めご了承お願い申し上げます。取得した個人情報の取扱いに関し、個人情報の保護に関する法律、個人情報保護に関するガイドライン等の指針、その他個人情報保護に関する関係法令を遵守します。

以上、注意事項を確認し、了承の上申し込みます。

説明会＆セミナーエントリーシート（企業向け）

「デザイン経営」手法を活用した地域中小企業等支援方策調査事業

デザイナー向け説明会＆セミナーエントリーシート

セミナーに参加ご希望の方は、エントリーシートにご記入の上、申し込みお願い申し上げます。

1. 参加者名、連絡先をご記入ください。　※１社で複数名ご参加の場合は、各自エントリーお願いいたします。

参加者名	フリガナ		フリガナ	
	会社名		担当者名	
			役　職	
連絡先	郵便番号			
	フリガナ		Tel	
	住　所		Fax	
			E-mail	
			ホームページ URL	

2. 参加者の営業内容の内、該当するものに印をつけてください。（複数回答可）
- □ ①グラフィックデザイン関連（□-1. 広告媒体　□-2. パッケージ　□-3. イラストレーション）
- □ ②エディトリアルデザイン関連（□-1. 書籍、雑誌、新聞等　□-2. 編集）
- □ ③インダストリアルデザイン関連（□-1. 主な製品　）
- □ ④WEB デザイン関連（□-1.WEB ディレクション・レイアウトデザイン　□-2.WEB コーディング）
- □ ⑤空間デザイン関連（□-1. 建築設計　□-2. インテリアデザイン　□-3. サイン・環境グラフィックス）
- □ ⑥その他（　）

3. 参加者の年齢とデザイン職の経験年数について、該当するものに１つ印をつけてください。
- -1. 年齢　□ ①20 才代　□ ②30 才代　□ ③40 才代　□ ④50 才代　□ ⑤ 60 才代以上
- -2. 経験　□ ①１年～３年　□ ②３年～５年　□ ③５年～10 年　□ ④10 年～20 年　□ ⑤ 20 年以上

4. 企業との連携（１つの企業との継続した関わり）について、該当するものに１つ印をつけてください。
- □ ①すでに連携している企業がある。　□ ②連携してない。
- ｜（　）社と連携している。　｜
- ①とお答えの方は、以下にお答えください。　②とお答えの方は、以下にお答えください。
- □ -1. 満足している。　□ -1. 連携をしたことがなく、連携を希望したい。
- □ -2. さらに増やしたい。　□ -2. 連携につながりそうな企業があり、相談したい。
- □ -3. 現在の連携を解消し、新たに連携したい。　□ -3. 連携したことがあるが、解消した(された)。
- □ -4. その他（　）　□ -4. 連携したことがなく、スキルアップをはかりたい。

5.10月 1 日 (火) 開催予定の企業向けプレゼン会に参加を希望されますか？
- □ プレゼンを希望する　□ 希望しない　□ 検討中

6. デザイナーとしての実績や受賞歴を教えてください。

7. デザイナーとして、業務上抱えている課題があれば教えてください。

注意事項

エントリーシートは、参加企業の業種、「デザイン経営」の取り組みの現況と展望等を把握し、今後の事業に有効に活用することを目的としています。本シートに記載された内容につきましては、氏名及び会社名、連絡先等の個人的に特定される情報を除き、本事業（「デザイン経営」手法を活用した地域中小企業等支援方策調査事業）の報告書等で公表される場合がございますので、予めご了承お願い申し上げます。取得した個人情報の取扱いに関し、個人情報の保護に関する法律、個人情報保護に関するガイドライン等の指針、その他個人情報保護に関する関係法令を遵守します。

以上、注意事項を確認し、了承の上申し込みます。

説明会＆セミナーエントリーシート（デザイナー向け）

③業界分析（周囲の状況）と競合分析（目差し方向）

1）同業種の競合する事業者やブランド、その理由（最低10個）

同業種の競合	理　由

-3-

デザイン経営実践ワークシート -3

2）他業種の気になる事業者やブランド、その理由（最低10個）

意識している他業種	理　由

-4-

デザイン経営実践ワークシート -4

「デザイン経営」手法を活用した地域中小企業等支援方策調査事業

デザイン経営実践ワークシート

個別相談会に参加ご希望の方は、下記シートにご記入の上、申し込みお願い申し上げます。

1. 参加者（社名）・担当者名、連絡先、会社概要等をご記入ください。（代表を含む経営層の参加が望ましい）

参加者名	フリガナ		フリガナ	
	会社名		担当者名	
			役　職	
連絡先	郵便番号			
	フリガナ		Tel	
	住　所		Fax	
			E-mail	
			ホームページ URL	
資本金	万円	事業所数	所	デザイン投資にかけられる予算　万円

相談会出席者人数　人参加

2. 自社の技術（能力）はなんですか？

3. 業界内の昔からいままでの流れを教えてください。

4. 現在の技術（能力）にまつわる業界の状況はどうなっていますか？

5. 業界の今後はどのように予想されますか？

-1-

デザイン経営実践ワークシート -1

6. 自社分析

①売上分析（現在の状況）
- 会社全体の売り上げは？
- 自社該当商品の売り上げは？
- 他者請負商品の売り上げは？
- その他売り上げは？
- 商品（サービス）数は？
- 商品（サービス）内容は？

②事業分析（自社の状況）
- 従業員数は？（正社員、パート、アルバイト）
- 現在の得意販路は？（主な取引先とその商品内容）
- 自社が選ばれる理由は？
- 反応が良い市場は？（その仕事と商品、取引内容は？）
- 社外の人間関係、人脈は？

-2-

デザイン経営実践ワークシート -2

④技術分析（商品・サービスはなにか？）
- 得意な技術、技法、サービスは？
- 自社しか持たない技術、技法は？（特許等も含めて）
- 所有している機械、設備、環境は？
- 技術やサービスとしての強みと弱みは？（普段の業務でできることを解体して確認してみる）
- 設備や素材としての強みと弱みは？
- 今後トライしていきたいことは？
- 今回の取り組みを通じて挑戦したいこと、狙っている市場は？

5

デザイン経営実践ワークシート -5

⑤商品分析（現在取り組んでいる商品・サービスについて）

1）開発予定（既存商品の改良、新商品の販売）の商品・サービスについて

商 品 名	
予定売価	
販売時期	

※以下、該当するものに☑印をつけてください。

2）想定している顧客ターゲットについて（複数選択可）
- □ １０才以下　□ ２０才代　□ ３０才代　□ ４０才代　□ ５０才代　□ ６０才代　□ ７０才以上
- □ 男性向　□ 女性向　□ 乳児向　□ 幼児向　□ 子供向　□ 高齢者向　□ ファミリー向
- □ 核家族世帯向　□ 高齢者同居家族向　□ 高齢者家族向　□ 単身者向
- □ 趣味・嗜好（　）
- □ 職業（　）　□ 所得（　）
- □ その他（　）

3）顧客は、いつ、どんな場面で、どのように商品を使うのか？（複数選択可）
- □ 朝　□ 昼　□ 夜　□ 平日　□ 休日　□ イベント時（　）
- □ 自宅　□ 職場　□ 学校　□ 旅行先　□ 外出時　□ 移動中　□ 休息時
- □ １人で使用　□ 複数で使用　□ 置いておくだけ
- □ 自家消費（日常的に使用）　□ 記念品　□ 嗜好品　□ 贈答品
- □ 使い切り　□ 繰り返し使用
- □ 携帯可能　□ 置き場所が必要
- □ その他（　）

4）該当商品（サービス）の製造条件について（複数選択可）
- □ 内職・手作り　□ 内製・ライン生産　□ 外注（　）
- □ 高度な技術が必要　□ 専用設備又は新たな設備が必要　□ 試験・検査が必要
- □ 原材料の調達が困難　□ 多くの人手が必要　□ 生産に時間がかかる
- □ その他（　）

5）販売方法について（どこで、どのように）（複数選択可）
- □ 自社店舗　□ 自社ホームページ　□ 卸業者　□ 通販サイト　□ カタログ通販　□ 百貨店
- □ スーパー　□ 専門店　□ 直売所
- □ その他の場所（　）
- □ 既存の容器・包装を使用　□ 専門の容器・包装を作成　□ 専用の販売什器を作成
- □ 他の容器・包装（　）

6）開発商品（サービス）との競合について
- □ 同じような商品（サービス）がある　□ 競合する商品（サービス）はない　□ わからない

-6-

デザイン経営実践ワークシート -6

※以下、自由にお書きください。

7）開発商品（サービス）の特徴、ウリ、強みなど。（箇条書きにて）

商品イメージ図、写真等

8）開発商品（サービス）の問題点、課題、弱みなど。（箇条書きにて）

-7-

デザイン経営実践ワークシート -7

デザイン提案書（相談実施計画書）

年　月　日

デザイナー名	所属 氏名
企業名	
課題	
課題解決に向けて重要視したいポイント	
特に改善を図りたいポイント	
デザイン提案	

基本的に提案書は各デザイナーの創意工夫で作成していただきますが、以下の点に留意した提案書を推奨いたします。

●具体的な（カタチとしての）デザイン提案はしない。●全体把握と課題本質到達への見込み。進めべき大方針の提示。

●それに向けた戦略と戦術の記載。●それらを裏付ける実績。または、遂行する上での熱意が伝わるもの。

※このシートにこだわらず、独自の観点からすべて別紙記載で作成いただいても構いません。

デザイン提案書

問い合わせ先

経済産業省・特許庁　デザイン政策関係課

経済産業省　九州経済産業局　産業部　サービス産業室
地域経済部　知的財産室
住所：〒812-8546　福岡県福岡市博多区博多駅東 2 丁目 11 番 1 号
電話：092-482-5511（サービス産業室）　092-482-5463（知的財産室）
HP：https://www.kyushu.meti.go.jp/

経済産業省　商務・サービスグループ　クールジャパン政策課　デザイン政策室
住所：〒100-8901 東京都千代田区霞が関 1 丁目 3 番 1 号
電話：03-3501-1750
ＨＰ：https://www.meti.go.jp/

特許庁　審査第一部　意匠課
住所：〒100-8915 東京都千代田区霞が関 3 丁目 4 番 3 号
電話：03-3580-6920
HP：https://www.jpo.go.jp/index.html

事業受託先

NPO 法人 FUKUOKA デザインリーグ
電話：092–551–0825
住所：〒810-0041　福岡市中央区大名 2-6-11　Fukuoka Growth Next 内
HP：https://www.f-design.gr.jp/

2020 年 3 月 13 日発行

企画・編集：九州デザインストーリーブック制作委員会
武永茂久
中牟田麻弥
長尾朋貴
垣田健壱郎
梶原道生

編集 +CD：武永茂久
AD+D：武永茂久 + 垣田健壱郎 + 梶原道生
C：長畑一志
武永茂久
P：武永茂久
池浦和也

実施者：九州経済産業局（担当：サービス産業室）
〒812-8546
福岡県福岡市博多区博多駅東 2 丁目 11 番 1 号
TEL 092-482-5511　FAX 092-482-5959
E-mail creativeq@meti.go.jp　URL https://www.kyushu.meti.go.jp/

請負事業者：NPO 法人　FUKUOKA デザインリーグ（FDL）
〒810-0041　福岡市中央区大名 2-6-11　Fukuoka Growth Next 内
TEL 092-551-0825
Email fdljimu@f-design.gr.jp　URL https://www.f-design.gr.jp/

本書を無断で複製・転載することを禁じます

関連情報

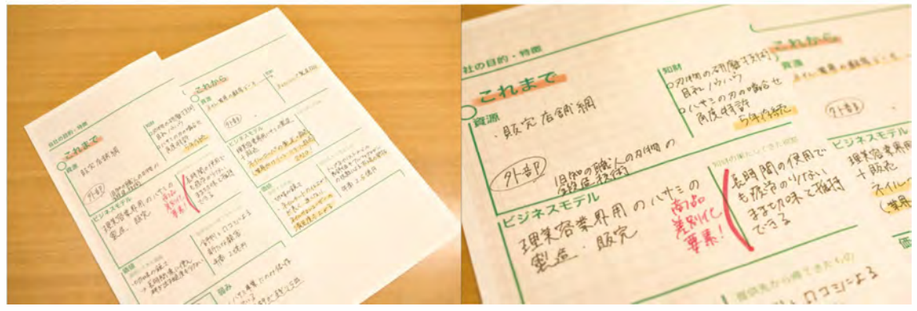
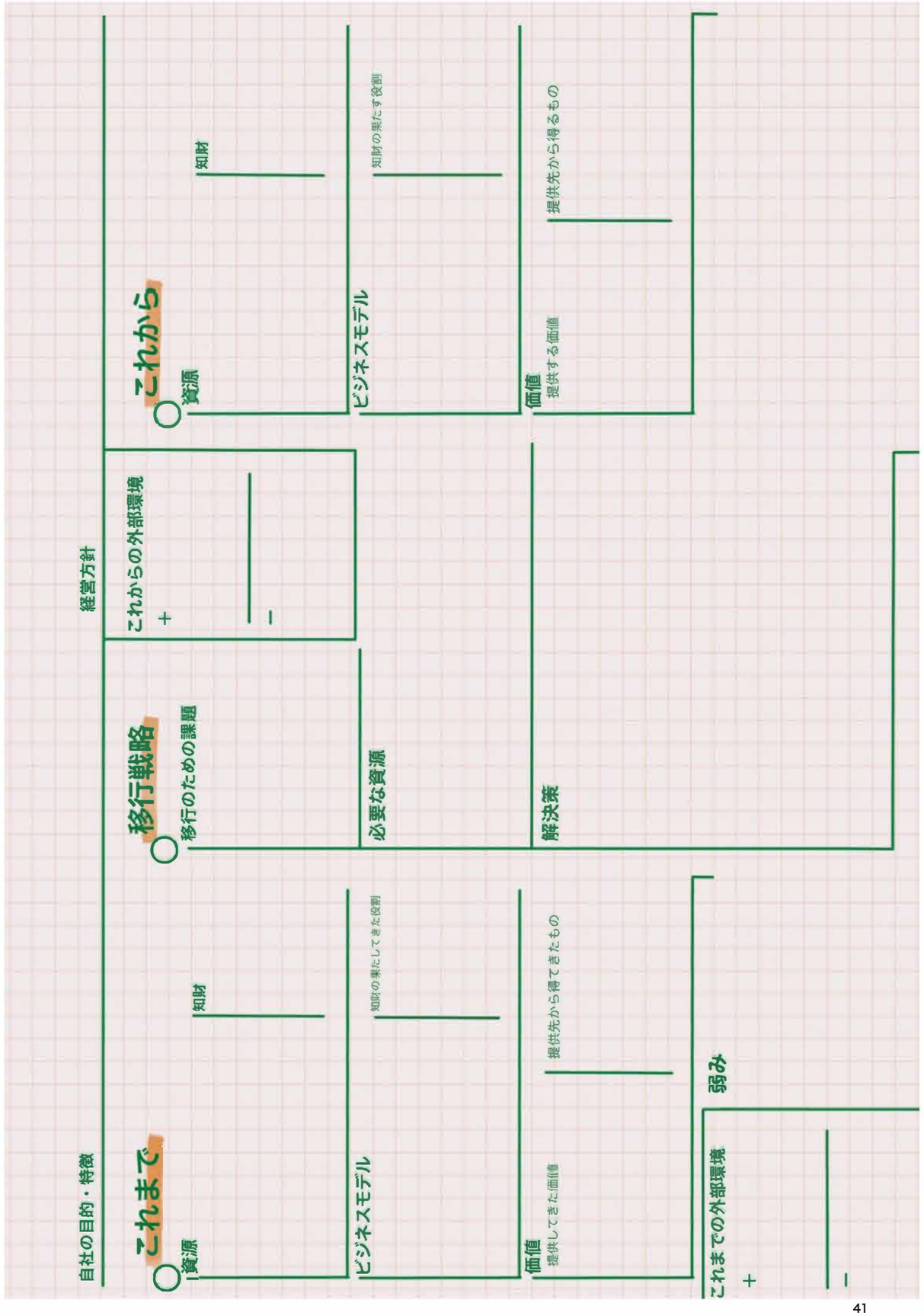
経営デザインシート

「デザイン経営宣言」の発表と時を同じくして、内閣府知的財産戦略本部から、社会・経済環境の変化の中で生き抜く努力をする意思がある全ての日本企業を対象とした報告書「経営をデザインする」と、「経営デザインシート」が発表されました。

「経営デザインシート」は、企業の環境把握や価値創造メカニズムのデザインを行うための思考を補助するツールであり、作成し社内に共有することによって、社内の意思疎通・意思統一の円滑化を促し、社内イノベーションの促進に資することが期待されます。

次のページには、内閣府経営デザインシートリデザインコンペティションにて大賞（内閣府特命担当大臣（知的財産戦略担当）賞）を受賞したシートを掲載しています。是非、貴社の経営について、実際に書き込みながら思考を深め、貴社の価値の再発掘に取り組んで頂ければ幸いです。

【経営デザインシートに関する問い合わせ先】
内閣府　知的財産戦略推進事務局 経営デザインシート担当　03-3581-2549



制作者：佐藤 寧音（専門学校桑沢デザイン研究所）