

経営者にしかできない“デザイン”があります

独自の企業価値を創造し、高めていくために

「どう作るか」から、「何を作るか」の世界へ

京都のものづくりは基本的に受注生産、請負加工です。注文主から「何を作るか」を提示されて、それを「どう作るか」考えて作る。つまり、課題(仕様)が明確であれば、それに沿って最適な解を見出すのはお手のもの。しかしこれからは、課題が見えない、問題が何なのか分からない、という時代になりつつあります。そういう時代では、提示された仕様書どおりに製品を作るだけでなく、課題そのものを「発明」するような、クリエイティブな仕事が必要になる。つまり、「どう作るか」以前に、その奥に潜んでいる、注文主すら気づいていない問題を考えるところから取り組んで提案する。それができる製造業はさらに存在感を増すでしょう。まだ誰にも見えていない「問題」に気づく、あぶり出す、捉まえて整理する。その際に有効なのが「デザイン思考」というアプローチです。

単に製品の色や形を整えるだけのデザインに終始するのではなく、その前に「自社の強みは何か」「自社をどのような会社にしていくのか」というようなことをあらためて議論して定義し、それを具体的に見える形にしてお客さまに、世間に、そして社員に伝えていく。そういう段階においてもデザイン思考は有用です。企業価値を高め、さらには新たな企業価値を創造する。デザイン思考のできる会社にするためには、まず経営者がデザインの本質を理解し、経営の中核で活かしていくこと、デザインを上手にマネジメントすること。これは経営者にしかできない“デザイン”なのです。

デザイン活用に立ちはだかる二つの壁

技術センターではこれまで、グッドデザイン賞への応募を例題にしてデザインマネジメント勉強会を開催してきました。自社のイチオシの製品について、応募シートにある「企画、開発を始めたきっかけ」「市場動向や社会背景」「開発を行なう際に立てたデザインコンセプト」「ユーザーや社会に新たに提供しようとした価値」「それによって得ようとした効果」「コンセプトを具体化するために創意工夫したこと」「ユーザーや社会に伝えたいこと」「競合製品や類似製品の状況と、それらとの違い」といった各項目に記述し、その内容をブラッシュアップしていくことで、自社のこれまでのデザインを客観的にチェックし、さらに「よいデザイン」にしていこうというもので、その前提には、グッドデザイン賞に選ばれるということは、よいデザインができている証だという考え方があります。

勉強会には経営者ご自身の他、企業によっては企画開発担当、あるいは営業担当の方々が参加され、それぞれがデザインマネジメントの重要性を理解されて活用スキルを高められ、見事にグッドデザイン賞を受賞された企業もあるのですが、一方で、な

かなか乗り越えられない二つの大きな壁も見えてきました。

一つは**プロダクトの壁**。つまり、パッと見て「いいなあ」「素敵だ」「欲しい」と思えるような魅力的なプロダクトができない。これは一見「デザインは単に色や形ではない」という話と矛盾するように思えますが、せっかく新しい価値を社会に提供できるような画期的なコンセプトを導き出しても、そのコンセプトをしっかりと反映したプロダクトができていないと、そのコンセプト自体に気づいてもらえません。従来の社内体制でいくら頑張ってもそのプロダクトの壁を越えられないときは、それを得意とする専門家を起用することで解決できる場合があります。

二つ目の壁は、**経営陣の認識**。つまり、担当者や経営者の間にある壁です。企画開発担当や営業担当の方々がセミナーや勉強会を通じてデザインマネジメントの重要性や活用の有用性を理解されたからといって、それを自社に持ち帰って経営陣に提案し説得できるかということ、これがとても難しい。そこで担当者は苦勞し、あぐくにデザイン活用の取組がストップしてしまう。そんな事例がたくさんありました。この壁は、企業規模が大きくなるほどに高くなるようで、大手企業のデザイン部門からは「労力の半分は社内の役員を説得するために費やしている」という声も聞きます。そういう無用な労力を省いてこの壁を取り払うには、経営者ご自身がデザインのマネジメントに理解を示して社内に導入されるのが一番の早道だと考えます。5Sの導入のときのように、社長さんが口を酸っぱくしてデザイン思考の重要性、デザイン活用の有用性を社員に対して説き続け、見える形にして実践していただく。「社長は本気だ」と思わせることです。

京都ビジネス交流フェア2018の会場で

当技術センターのデザイン担当では、経営者が行なうべきデザインマネジメントについて、個別の相談にも随時対応していますが、この時期にぜひ活用いただきたい事業があります。それは京都ビジネス交流フェアの会場の一角で当センターが毎年開催しているKYOTO DESIGN WORK SHOWです。詳しくは右ページでご案内していますが、今回は9つのデザイン会社が出展され、その仕事例やデザインについての考え方を提示されます。いっぺんに複数のデザイン会社のデザイナーたちと話ができる貴重な機会だと思いますのでぜひともお越しください。

さらに今年は「経営者のためのデザイン活用ガイドンス」を併催。「Gマーク(グッドデザイン賞)の受賞が企業を変える」「デザイン導入の現場から成功のポイントを聞く」といった内容で、ふらっと立ち寄りいただいで聞いていただけるよう1コマ20分のショートガイドンスを会期中に繰り返し行います。ビジネス交流フェアに出展されているものづくり企業の社長さんに、ぜひ覗いていただければと思います。

お問い合わせ先

京都府中小企業技術センター 応用技術課 デザイン担当 TEL:075-315-8634 FAX:075-315-9497 E-mail:design@kptc.jp