

高度デザイン人材育成ガイドライン **概要版**

経済産業省 産学連携サービス経営人材育成事業

「高度デザイン人材育成の在り方に関する調査研究」

経済産業省／株式会社コンセント／高度デザイン人材育成研究会

2019年3月29日



経済産業省
Ministry of Economy, Trade and Industry

CONCENT

【はじめに】

本ガイドラインは経済産業省の平成30年度産学連携サービス経営人材育成事業「高度デザイン人材育成の在り方に関する調査研究」（受託者：株式会社コンセント）において、国内外の先進事例調査および有識者で構成された「高度デザイン人材育成研究会」での検討等を踏まえて作成したものです。

【利用規約】

本ガイドラインの著作権は、第三者に権利があることを表示している内容を除き、経済産業省に帰属しています。また、本ガイドラインは、第三者に権利があることを表示している内容を除き、[クリエイティブ・コモンズ 表示 4.0 国際 ライセンス（外部サイトへリンク）](#)の下に提供しています。

目的

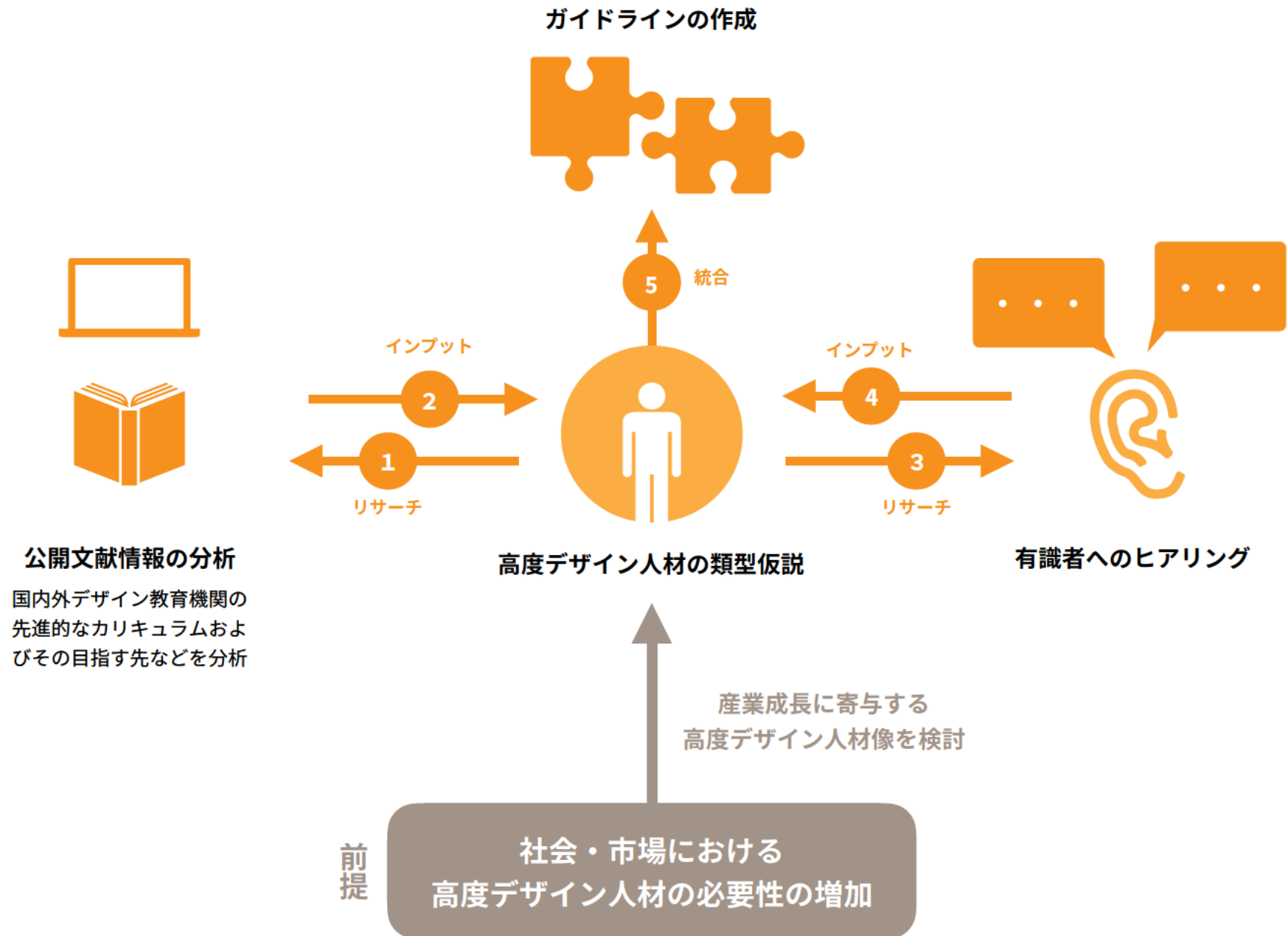
サービス化(XaaSなど)やデジタル変革(トランスフォーメーション)の進むグローバル市場での産業発展のためには人間中心の観点で新たな体験や価値を創出するデザインのアプローチや人材が必要です。

本事業の目的はこれからの社会に必要なデザインを基軸にして有益な変革を導く人材を育成する企業や教育機関の意思決定者仕組みおよび環境をつくるための手引を作成することにあります。

射程

現在の社会状況は常に変化しそのスピードも加速し続いています。このような状況を踏まえて仮説やカリキュラムは暫時的なものとし、検討の射程を2025年までとして考察と検討を行っています。

研究会のプロセス概要



前提の整理：なぜデザインとデザイン人材に新たな期待が発生しているのか



テクノロジー
の発展と進化

デジタルトランスフォーメーション
への対応の必要性

- ・ インターネット、モバイル機器端末の普及
- ・ 顧客との接点の爆発的増加およびこれに伴うコミュニケーションの変化
- ・ あらゆるもののデジタル化による既存前提の根本的変革

→ デジタルインターフェースの増加および文脈の複雑化によりデザインの対象が拡大



ビジネス
の変化

市場のサービス化およびこれに
伴うビジネス価値の優先度の変化

- ・ GDLからSDL（モノ中心からサービス前提の世界観へ）
- ・ GAFA（Google、Amazon、Apple、Facebook）をはじめグローバル市場の牽引役が変化
- ・ 顧客価値や体験をビジネスの中核に据えたビジネスの躍進

→ モノからサービスへの移行に伴う顧客体験や価値の影響の増大、ビジネスモデルの変化



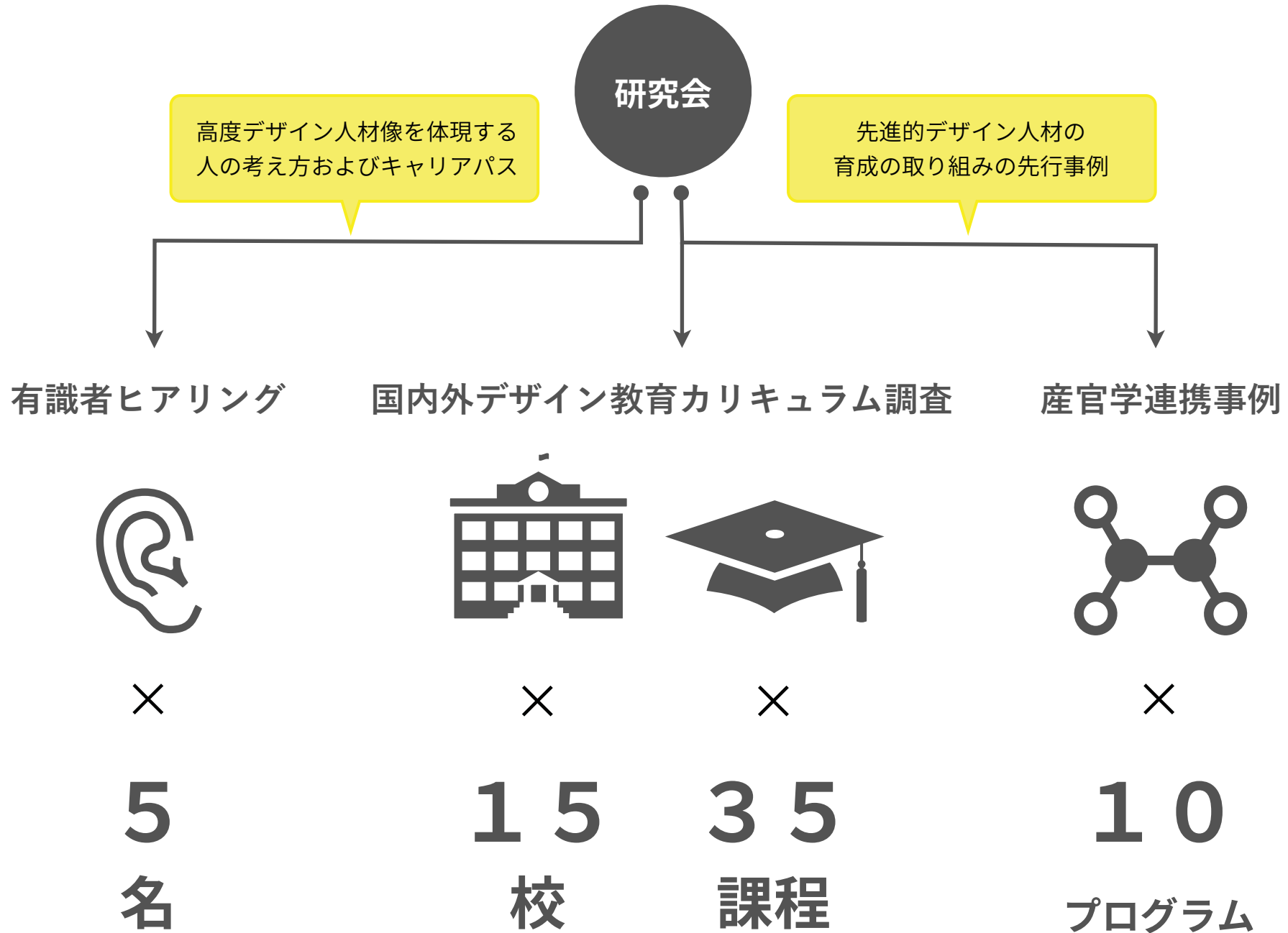
社会の変化

- ・ 通信技術および移動インフラの発展によるグローバル化の進展
- ・ 以前よりも先行きの予測が難しいVUCA（変動性：Volatility、不確実性：Uncertainty、複雑性：Complexity、曖昧性：Ambiguity）な社会の到来

→ 不確実な状況に対応するため、試行模索的かつ反復的なアプローチの必要性が高まる

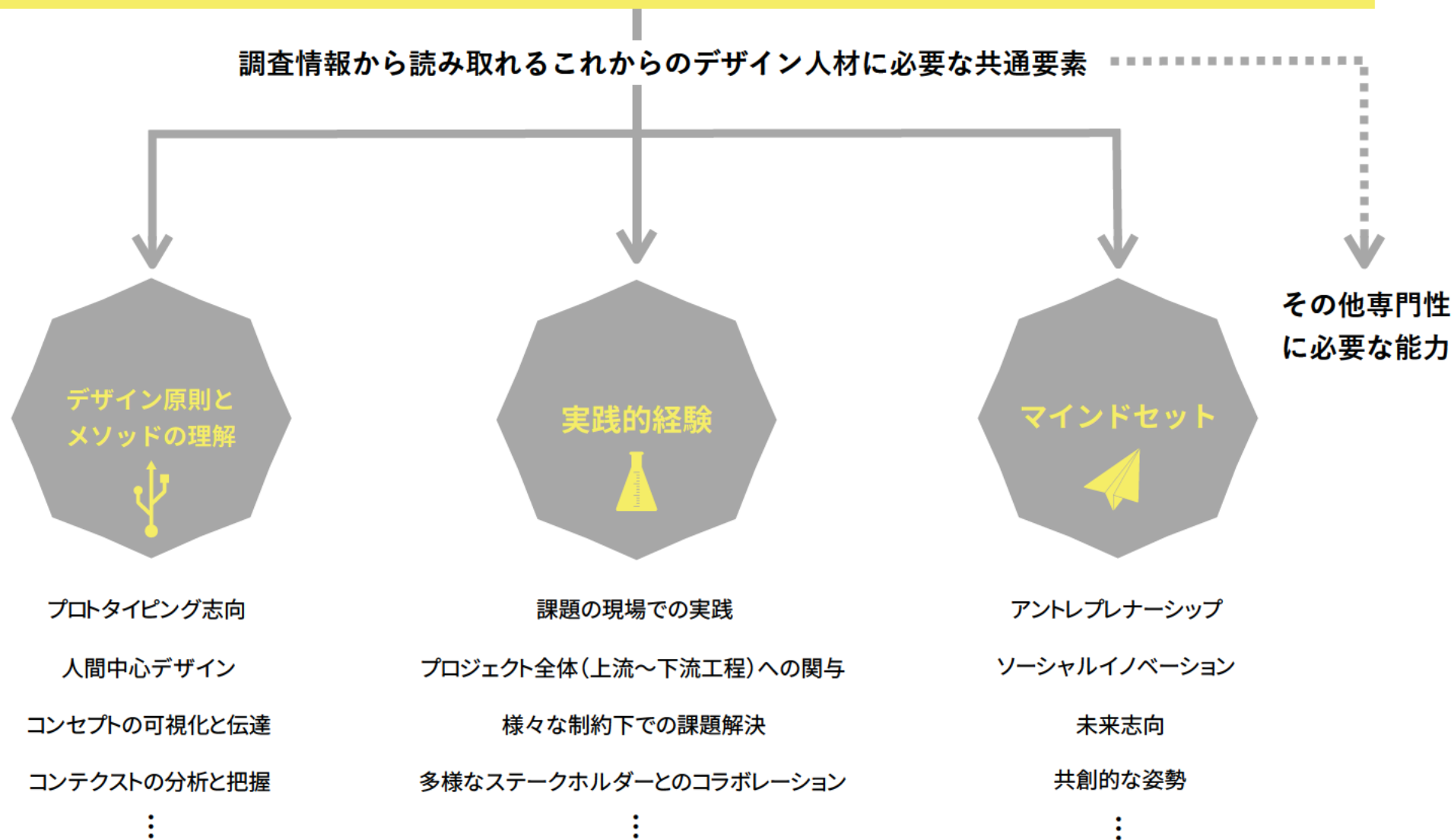
変化が速くなり複雑に関係者が絡み合う、
曖昧で先行きの不透明な状況

高度デザイン人材について検討するための参考情報の調査概要

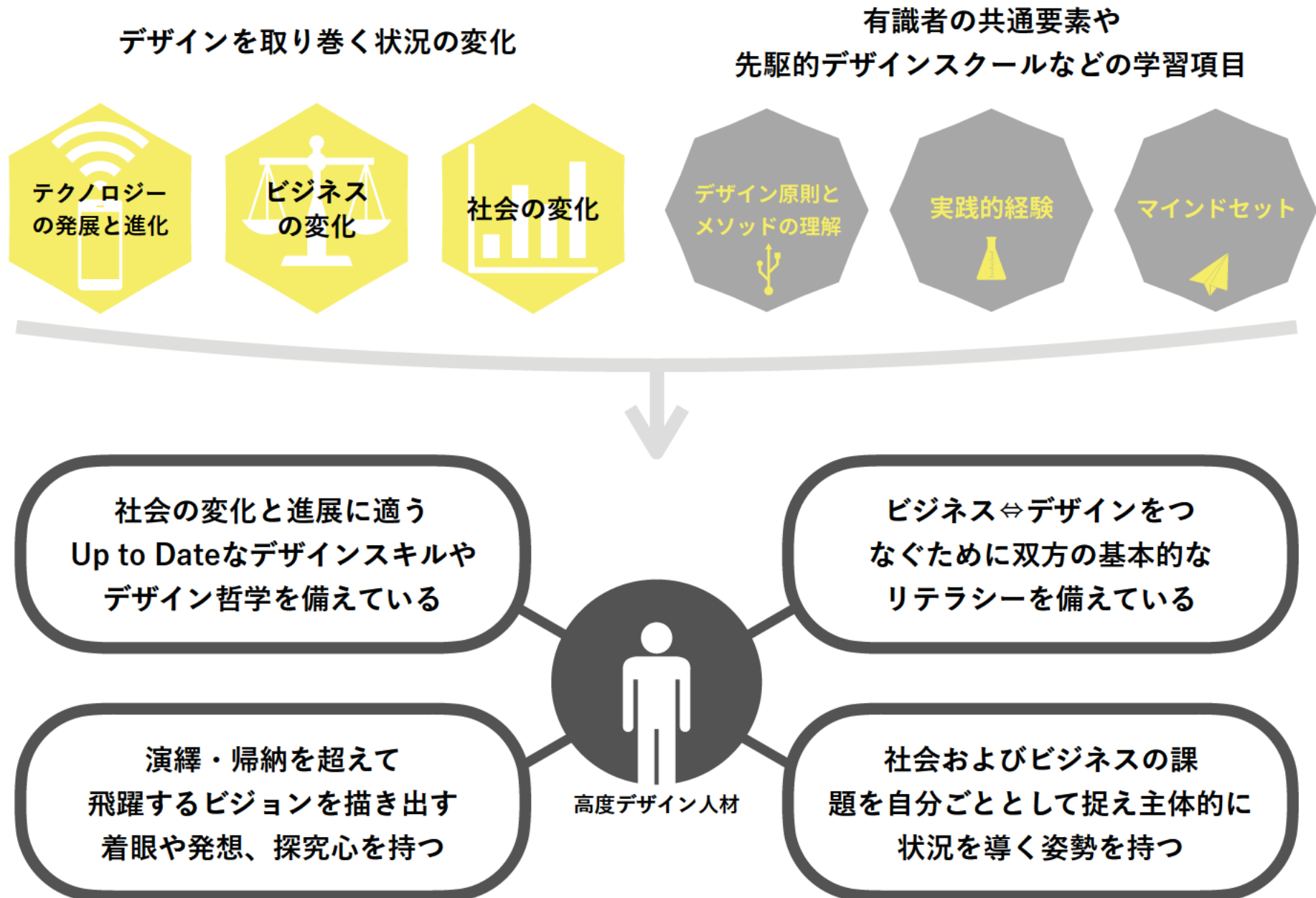


カリキュラム公開情報調査&有識者ヒアリングの分析

参考とする大学や教育機関の学士・修士の学習カリキュラムや産官学連携デザインプログラムごとに「育成する人物像・教育の成果(Learning Outcome)」の記述から要素を抽出し、さらに目指すべき人材像を体現していると考えられる有識者へのヒアリングから、学習内容の関連のパターン化を試みました。

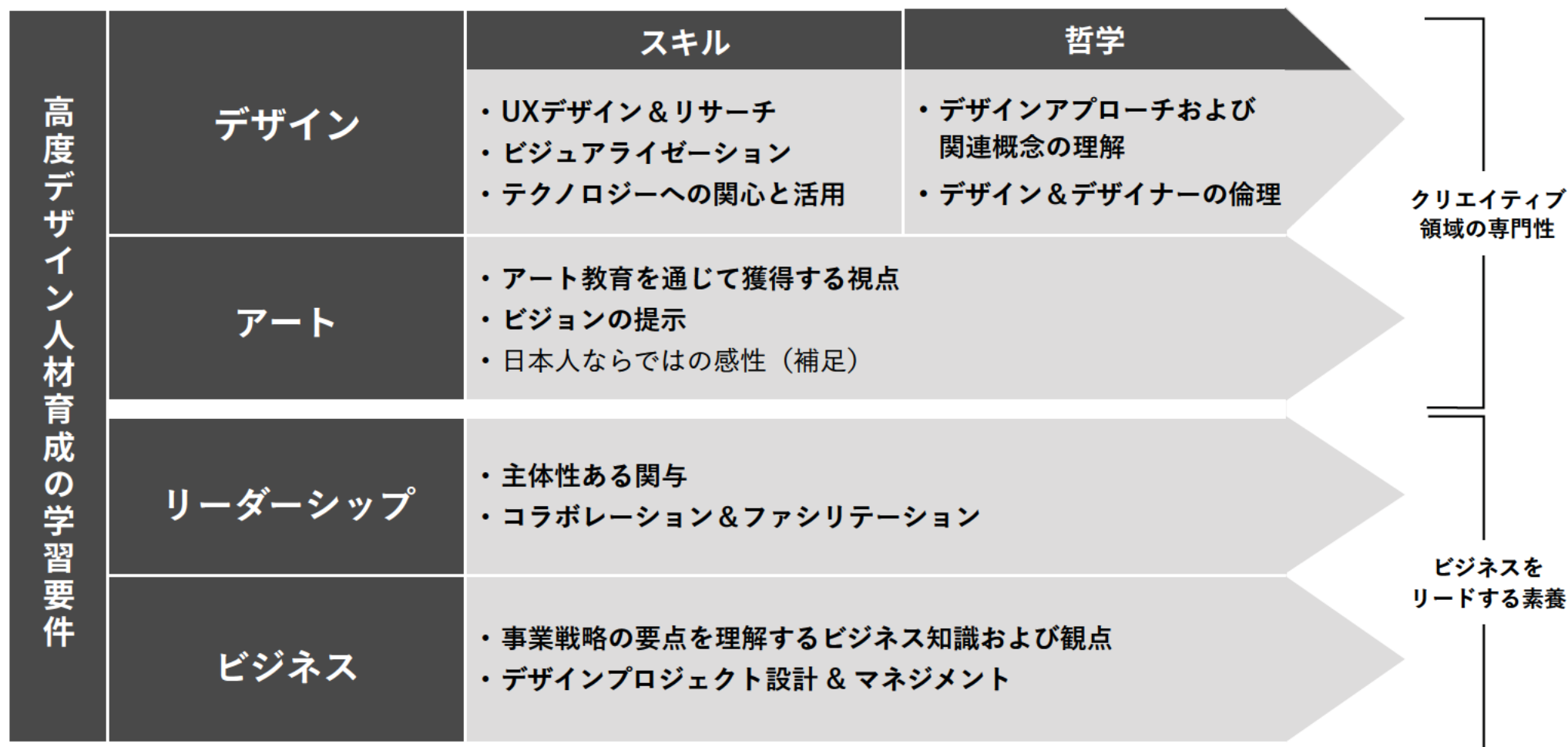


高度デザイン人材の能力についての研究会の検討結果



高度デザイン人材育成に求められる学習要件の全体像

研究会での海外アートおよびデザイン系の大学カリキュラムの調査ならびに有識者へのヒアリングなどを踏まえ、高度デザイン人材の能力およびマインドセットを獲得する／備えるべき能力を前頁のように定義しました。以下では、さらに具体的に個別に学習すべき要件と獲得する能力について整理しています。



UXデザイン デザインリサーチ

- ・ ユーザー体験や価値など抽象概念をデザインすることの理解
- ・ デザインリサーチの方法論の習得（フィールドワーク、参与観察など各種定性調査手法／分析・構造化手法）
- ・ UXデザインの反復的なプロセスを伴うプロジェクト実践

デザインスキル Design Skill

ビジュアライ ゼーション

- ・ 協働的な共通認識および合意形成の方法論の理解
- ・ 抽象的概念の可視化（コンセプト、価値およびエコシステムなど）の手法の習得
- ・ 実践的プロジェクトでのコンセプト合意のプロセス設計およびそのためのビジュアライゼーションの実践

テクノロジー への関心と活用

- ・ ビジネスや社会に大きな影響を与える新たなテクノロジーについての関心と理解
- ・ テクノロジーで新たな体験を創るための関連知識の習得
- ・ エンジニアや研究者とのコラボレーションプロジェクトの実施
- ・ インターフェースの設計およびユーザー視点での改善の経験

デザインアプローチ および関連概念の理解

- ・ 人間中心設計をはじめとした、現代のデザインのあり方に影響を与えるデザイン思想（デザイン思考、サービスデザイン、アブダクション、デザインマネジメントなど）についての体系的学習
- ・ 人間中心設計の原則と今日的意義の理解
- ・ 人間中心設計の方法論の理解と実践
- ・ 人間中心設計のケーススタディの分析

デザイン & デザイナーの倫理

- ・ デザインの影響範囲の拡大とこれに伴うデザイナーの責任についての理解
- ・ デザインの結果が倫理的に問題になる場合のケーススタディの学習
- ・ デザイナーの倫理的判断が重要になる局面、またその際の適切な意思決定についてのディスカッション
- ・ デザイン活動が影響を受ける社会の規範、組織および市場の力学についての理解

デザイン哲学 Design Philosophy

[アート] Art

アート教育を通じて 獲得する視点

- 今日のデザイン人材に（デザイン思考などの顧客視点とは反対の）アートの観点が求められる社会的およびビジネス的背景の理解
- 制作表現を通して自分の主観や課題意識を明確化するインサイドアウトのアプローチの実践
- 繰り返しの制作表現を通して対象の本質を理解し、表現に昇華させる実践

ビジョンの提示

- 広く社会環境や人の生活の文脈を踏まえて、プロジェクトや事業の向かうべき方向性を指し示すための考え方についての概念、方法論およびアプローチなどの理解
- 創造的かつ共感できるビジョンを探索し、それを他者に伝達し、巻き込んでいくプロジェクト実践
- ビジョン実現のための根本的な方針変更を許容する柔軟なマインドセットの醸成

主体性ある関与

- ・ デザイン人材にリーダーシップが必要な社会的・ビジネス的背景の理解
- ・ 自分が使命感や主体性を持って取り組むべきと思える社会的課題や意義の探索
- ・ 事例の分析およびリーダーシップを持つアントレプレナーの招へい講演などを通じたデザインリーダーとしてのマインドセットの理解
- ・ プロジェクトを主体的にリードする実践的経験

リーダーシップ Leadership

コラボレーション & ファシリテーション

- ・ 今日のビジネスおよび社会課題解決においてコラボレーションおよびファシリテーションがいかに重要であるかの学習と理解
- ・ コラボレーションのためのオープンなマインドセットの必要性の理解およびワークショップデザイン（設計）の概要の学習および理解
- ・ 様々なテーマおよび多様なバックグラウンドの参加者がいる状況でのワークショップファシリテーションの実践

事業戦略の 要点を理解する ビジネスの知見

- ・ 今日の様々なビジネスモデルやバリューチェーンについての理解
- ・ 様々な組織形態とその形態を取る理由についての理解
- ・ ビジネス文脈において考慮すべき多様な前提、条件および制約の理解
- ・ 財務諸表などビジネスにおいて重要になる要素の大枠の理解
- ・ マーケティングなど顧客体験やビジネスの成果創出に重要な分野の理解

デザイン プロジェクト設計 & マネジメント

- ・ 基本的なプロジェクトマネジメントのプロセスおよび概念の学習
- ・ デザインプロジェクトのパターンおよびプロジェクト設計方法の理解
- ・ プロジェクトアクティビティの設計の実践
- ・ プロジェクトメンバーとのコラボレーティブなプロジェクト実践

〔 **ビジネス**
Business 〕

高度デザイン人材育成の学習コンテンツ以外の影響要因



1. コンセプト

あらかじめ設定されたゴールがない、もしくはゴール自体を探索するような不確実な状況においてもデザインアプローチで状況をリードできる人材を育成する。



2. 環境と場

- ・ 知識のインプットと実践での試行を反復できるカリキュラム
- ・ 課題の現場ならではの制約や文脈がリアルに体験できる実践的環境



3. 教育に携わる人

- ・ 多様なバックグラウンドならびに豊富な実践経験および知見を持つ教師やメンター
- ・ オープンなコラボレーションが可能な仕組みとネットワーク

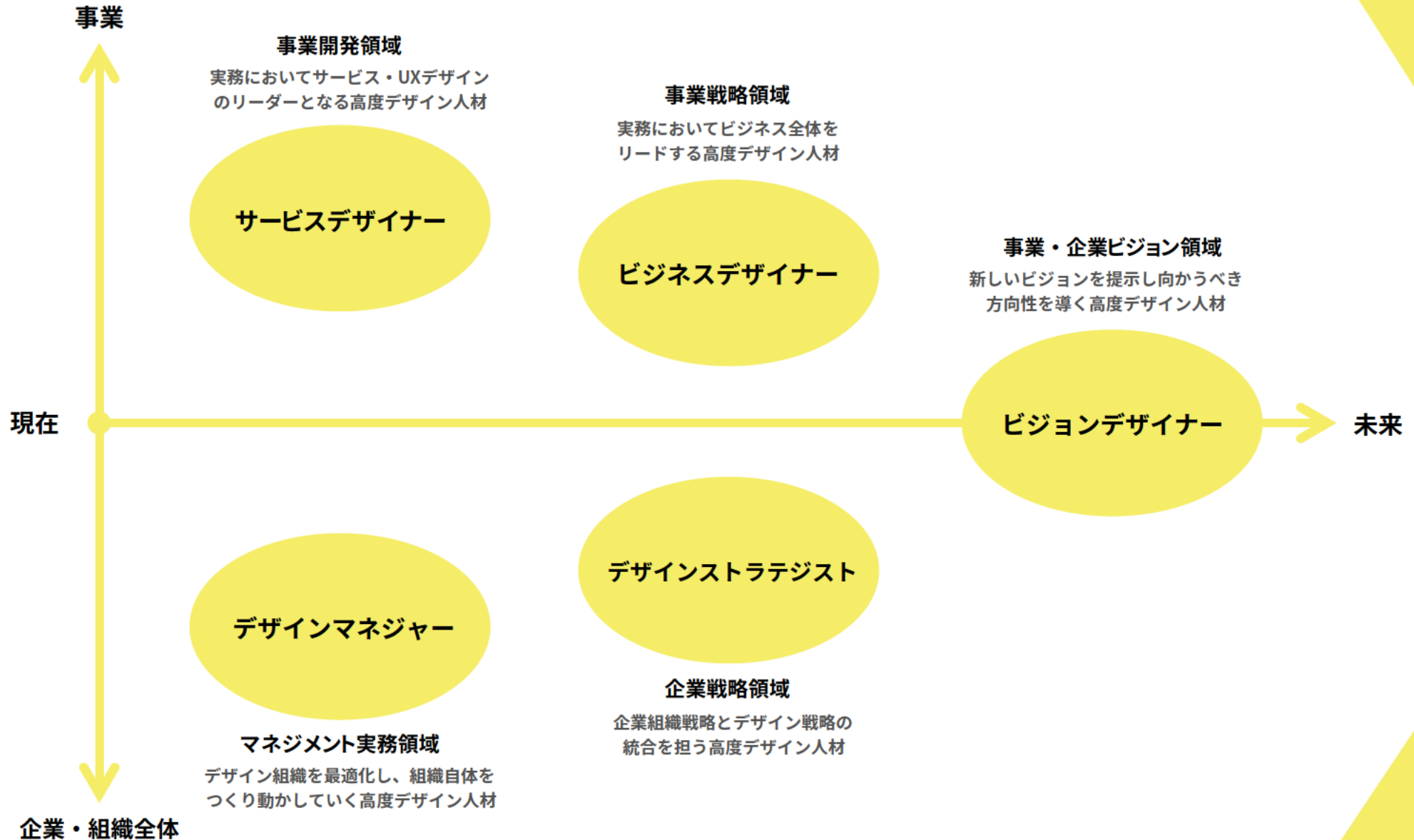


4. 学習成果の評価

- ・ 主体性のある挑戦による失敗は成功へ向けた実験として前向きに評価する
- ・ 一貫性のある観点での多様なステークホルダーからの評価

ビジネス現場での高度デザイン人材のイメージ

高度デザイン人材が社会でどのように機能・活躍するか、具体的な組織やかかれていた状況から想定するためにその求められる役割ごとに5つの高度デザイン人材の像を以下のように仮に定義した。



ビジネス現場での高度デザイン人材の活用のために

高度デザイン人材の活用のためには、能力やポテンシャルが十分に発揮できるビジネスの環境が必要となる。そのためには、高度デザイン人材の育成や採用だけでは足りない。マネジメントによる積極的支援や権限の委任などが必要不可欠であり、それがあればこそ高度デザイン人材およびデザインの組織的活用のための効果的な活動が可能となる。

サービスデザイナー ビジネスデザイナー

事業開発領域／事業戦略領域

デザインの人間中心かつ創造的なアプローチがビジネスの成否にとって重要なファクターであるという戦略的意義づけと、その認識の現場への浸透が必要である。同時に各種プロジェクトを管轄するミドルマネジメント層への理解を促すことも重要である。

デザインマネジャー デザインストラテジスト

マネジメント実務領域／企業戦略領域

デザインやデザイン人材は企業経営にとっての重要なリソースの一つであり、そのリソースを有効活用するためには組織的な連携が必要であることがミドル以上のマネジメント層の共通の認識となっていることが前提として必要である。

ビジョンデザイナー

事業・企業ビジョン領域

経営者自身ないし経営層としてのコミットメントがなければ組織や事業全体のビジョンを実効性のある形でデザインすることはできない。CDO（Chief Design Officer）による積極的支援、もしくはCDO自身がビジョンデザイナーであることが望ましい。

〈高度デザイン人材育成研究会委員〉

(敬称略、五十音順。所属・役職は平成31年3月時点)

岩佐浩徳 サービスデザインネットワーク 日本支部 共同代表

上田義弘 富士通デザイン株式会社 代表取締役社長

江渡浩一郎 国立研究開発法人 産業技術総合研究所 主任研究員

田村大 株式会社リ・パブリック 共同代表

長谷川敦士 (研究会座長) 株式会社コンセント 代表取締役社長

丸山幸伸 株式会社日立製作所 研究開発グループ東京社会イノベーション協創センタ 主管デザイナー

山崎和彦 学校法人千葉工業大学 教授

鷲田祐一 国立大学法人一橋大学 教授

〈事務局〉

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

株式会社コンセント