

経済産業省・独立行政法人情報処理推進機構
第4回 デザインマネジメント人材の育成に関するタスクフォース
議事要旨

- 日 時 令和7年8月27日（水）14:00～16:00
- 場 所 独立行政法人情報処理推進機構コラボレーションルーム
（文京グリーンコートセンターオフィス 13F）
- 事務局 経済産業省、
独立行政法人情報処理推進機構、
一般社団法人人間中心社会共創機構（HCS 共創機構）

1）前回タスクフォースの振り返り

事務局より、資料に基づき「第3回デザインマネジメント人材の育成に関するタスクフォース」での主な議論について振り返りが行われた。

2）DSS の見直し

事務局より、資料に基づき DSS の見直しについて説明され、方向性の共有が行われた。

- 新規で「コミュニケーションデザイナー」を立て、現行の「グラフィックデザイナー」を置き換えることについては、異論はない。一般的にデザイナーと言ったときに、対外的な意匠を作れることを期待する人も多く、DXを進める上でプロダクトやサービスそのものを作ることに以外に、表層的な部分をつくることもデザイナーに求められる役割としてある。DX 推進スキル標準（DSS-P）策定時に構想していたものともフィットするので、むしろ良くなったと思われる。
- 自社においても、プロダクト領域とコミュニケーション領域で DX に係るデザイン業務を整理しており、実態にあっていると思う。
- 新設案としては、グラフィックデザイナーと、現行ロールにない Web デザイナーの要素を混ぜて新設しようということで、サービスデザイナーや UX/UI デザイナーの部分も統合されているものではないという理解で良いか。
→ ご認識とおりである。サービスデザイナー、UX/UI デザイナーとは統合せず、別のものである。
- 現在の議論は、Web ディレクターとコミュニケーションデザイナーの役割が焦点となっている。日本では Web ディレクターが多く存在し、ビジュアル制作以外の情報設計や制作管理、コミュニケーションコンセプト策定などを行う職種として、認識が広が

っている。しかし、Web デザイナーと Web ディレクターを一つにまとめると混乱を招く恐れがある。それぞれを分けて考えることが重要である。

- デザインの仕事は、作るだけではなくて伝えることも重要であるため、コミュニケーション領域に特化したロールがあることは自然である。
- コミュニケーションデザイナーと Web ディレクターが同一人物のように表現されているが、通常は別人格として協働して動くことが多いため、実態に即しているかは疑問である。Web ディレクターはプロジェクトマネージャーのスキルが必要であり、キャリアパスはエンジニアやプランナーからなる場合が多いため、デザイン人材として定義するかは検討が必要だと思う。一方、コミュニケーションデザイナーは、既存のグラフィックデザイナーを、解像度を上げて表すロールとして新設すると良いと思う。
 - コミュニケーションデザイナーという実践の部分に注目し、マネジメントや全体を推進する役割については、DSS-P の範疇には含めないという整理の仕方が役割を明確にすると考える。
 - ディレクション業務はコミュニケーションスキルではなく、所謂会社のリソース管理業務である。一方、コミュニケーションデザインに関しては「外部環境や市場を把握する」という観点のスキルが重要であり、スキル標準として明確であると考ええる。
- Web ディレクター/コミュニケーションデザイナーの再構成については理解したが、DX とはどのように関係するのか。DX におけるコミュニケーションデザインの意味や役割はどのように捉えているのか。
 - 当初の DSS-P では、コミュニケーション用の広報 Web を作るだけでは DX とは言えず、真の DX は UI デザイナーらが機能するという意見があった。しかし、新ブランド立ち上げやロゴ作成も考慮すると、グラフィックデザイナーが必要な場合もある。市場では Web デザインが DX の一部として捉えられているのであれば、コミュニケーション領域としての再編成を行いたい。
 - DX は、単なるデジタル化ではなく、例えば、自分の店をデジタル上で作ることや、新しい商材を作ることが可能になるようなことである。それが人手に渡るときに、作るだけではなく、伝える機能も重要になるため、コミュニケーション戦略を考えることも含まれると思う。
- Web のスキルを完全にオミットするわけではないが、それがコミュニケーションデザイナーの必須条件ではないと考える。DX では、メディア制作を理解し、それをコミュニケーションに活用するスキルが必要である。

3) 新試験要綱

事務局より、資料に基づきデザインマネジメント新試験の対象者像及び出題範囲の案について説明され、意見交換が行われた。

- 文言を見るとかなりハイレベルな人材という感想である。
 - もう少し表現を弱めていきたい。
 - 試験でデザインマネジメントのスキルを測ることは難しいと思う。座学的な知識を問うものになるのではないか。今はできないが、方法は知識としてあり、それを取り組もうとする人というようなニュアンスが良いと思う。
 - この対象者像の定義はデザイン専門家に寄っている印象を持つ。デザインの専門知識が求められる人向けの試験に感じられ、受験者が受験を躊躇するのではないか。
 - 対象者像に「デザイン思考を持ち、」と記載があるが、受験者が絞られると思う。多くのデザインを学ぶ人が「自分はまだ受けられない」って思ってしまうのではないか。対象を「全てのビジネスパーソン」としているが、現実的ではない印象がある。
 - 「全てのビジネスパーソン」についての補足であるが、実際に受験するのは「全てのビジネスパーソン」の中で対象者像に合致する人というニュアンスである。

以上

<お問い合わせ先>

経済産業省 商務情報政策局 情報技術利用促進課

電話：03-3501-1511（内線：3971～3975）

独立行政法人 情報処理推進機構(IPA) デジタル人材センター 人材スキルアセスメント部

お問い合わせフォーム：info.ipa.go.jp/form/pub/inquire/itec