

経済産業省・独立行政法人情報処理推進機構
第6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10月1日（水）15:00～17:00
■場 所 経済産業省（本館2階東1 未来対話ルーム）
■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5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 の改訂（コミュニケーションデザイナー新設について）

事務局より、資料に基づき「DSS の改訂」について説明され、意見交換が行われた。

[DX の推進において担う責任・主な業務]について意見交換

- コミュニケーションデザイナーとは、社会的にはブランディング担当者やクリエイティブディレクターに近い役割になると思う。広報戦略やプロモーションをどう展開していくか、あるいはブランディングを担うことを考慮すると、スキル項目「その他デザイン技術」にはアートディレクションやクリエイティブディレクションなどが含まれる。それを踏まえて「ブランディング」の重要度は「a：高い専門性と実践力が必要」（以下、重要度 a という）にすると良いと思う。これらの役割認識について合意形成を図りたい。
- コミュニケーションデザイナーが DX を推進する上で担う責任として、「変革を自分事化して価値を浸透させる」ことが挙げられているが、ここで言う変革とは具体的にどのような変革を指すのか。
 - DX を意識しての変革であり、業務や価値創造の変革を意識している。
 - その場合、スキル項目「ブランディング」は、対外的なブランディングだけではなく、インターナルブランディングも含めると理解してよい。
 - その理解でよい。
- 第5回の本タスクフォースの「DSS の見直し」に関する議論の中で、デザイン類型のスキル項目は、個別のデザインに関わるワードのスキルであるため、プロジェクトマ

マネジメントに係るスキルは「ビジネス変革」のスキル項目である「プロジェクトマネジメント」の関連知識として整理する方針と認識している。しかしながら、改訂案はマネジメント要素が強く打ち出されていると感じる。デザイン類型の中でロールを横並びにした場合、ここで新しく定義されているコミュニケーションデザイナーのロールは他と比較して適切なレベル感なのか。

- これまでの DSS-P の議論において、DX 推進の中で新しいサービスやプロダクトの創出過程を担う役割をサービスデザイナーや UX/UI デザイナーと定義した。そこで創出されたプロダクトが社会にどのように伝達され、可視化されるかを担うのがコミュニケーション領域であり、コミュニケーションデザイナーは、その役割を担うロールとして位置付けている。
- コミュニケーションデザイナーは、グラフィックデザイナーや Web デザイナーのような特定のメディア専門のデザイナーではなく、プロダクトが社会に認知されることを担保する役割である。ブランドストラテジストと同様のブランディング能力や、適切なメディア選定・活用能力が必要。マネジメント職としてのクリエイティブディレクターというより、統括的な視点を持つクリエイティブディレクション能力が求められる。サービスデザイナー、UX/UI デザイナーとは同等レベルのスキルだと認識している。
- ブランディング能力やクリエイティブディレクターのスキルは、既存のロールであるグラフィックデザイナーにコミュニケーションの要素を含むイメージとして一致していると思う。但し、コミュニケーションには内部的な要素と対外的な要素の両面があり、内部に向けた KPI 管理、予算・スケジュール管理などプロジェクトの全体統括のようなスキルは、コミュニケーションデザイナーのロールには適さないと思う。改訂案にはプロジェクトマネジメント要素が強く含まれているため、コミュニケーションデザインをより具体的に定義すると良いと思う。
- 改訂案の「必要なスキル」の定義は、比較的妥当性があると思う。一方、「主な業務」の定義は、クリエイティブディレクターや CxO の役割も含まれている印象がありハイレベルに感じる。より難易度を下げて、簡潔に整理し、全体のバランスを取ると良い。

[必要なスキル]について意見交換

- デザインのスキル項目として、改訂案で新規追加されている「コミュニケーション戦略」の対となる実践的なコミュニケーションスキルを追加すると良いと思う。コミュニケーションデザイナーが行うデザイン的な実践は、ブランディングの観点から、ビジュアルコミュニケーションと、言葉を用いたナラティブによるコミュニケーションの2つに分類される。この2つは現場でも実際に活用されている。

- ビジュアル方針の策定や、ビジュアル制作の監修、文言の規定を統合するためのブランドガイドラインを作成することについて、検討の深度が必要である。過剰にハイレベル化しないように留意しつつ、プロダクト規模にかかわらず機能として必要なものは適切に盛り込むべきと考えている。
- コミュニケーションというキーワードから連想されるスキルとして、例えば組織内におけるブレインストーミングや、複数名の取り組みにおけるファシリテーションスキルがデザイン領域であることは広く認識されており、加える余地があると思う。
- 必要なスキルの1カテゴリーである「パーソナルスキル」の重要度が、全てのスキル項目において「z: 役割や状況に応じた実践力が必要」（以下、重要度 z という）と定義されているが、デザイナーこそが「パーソナルスキル」が重要なスキルであると定義することはできないのか。
- 共通スキルリストに定義されているスキル項目は、全類型が必要とするスキルを記載しており、DX 推進に際しては各役割に応じて横連携しながらスキルを発揮される。一方で、コミュニケーションに関するスキル項目は、パーソナルスキルとして整理している。デザイナーの役割として特色付ける必要がある場合は、パーソナルスキルをデザイナーのスキル項目として位置付けることも一案である。引き続き検討したい。
- パーソナルスキルの重要度が全て「重要度 z」である点については、他の区分のタスクフォースでも課題として指摘されている。デザイナーと同様に、ビジネスアーキテクト類型においても、パーソナルスキルが重要と意見が挙がっている。一方で、パーソナルスキルで定義されている6つのスキル項目について、更なる細分化やメリハリ付けが必要ではという意見もあり、課題として認識している。
- コミュニケーションデザイナーの必要なスキルに関して2点確認する。1点目は、サブカテゴリーには5人材類型からそれぞれ主なロールが定義されており、「ビジネスモデル・プロセス」はデザイナーとは別のロールがリードするスキル項目だと認識している。その中にある「ブランディング」において、コミュニケーションデザイナーが「重要度 a」と高いスキルを定義することで、他のロールとの対応関係に影響はないのか。2つ目は、「データ AI 活用戦略」やセキュリティに関するスキル項目の重要度が、デザイナーの別ロールであるサービスデザイナーおよび UX/UI デザイナーよりも重要度が高く定義されているが、何か意図があるのか。意図がない場合は、レベル感を揃えたほうが良い。
- スキル項目の重要度は継続的に検討が必要だと認識している。「データ AI 活用戦略」を高く設定した意図は、コミュニケーション戦略を推進するに当たり、様々なデータ分析が必要になるであろうと考慮したためである。
- 「主な業務」に定義されている「チームビルディングやメンバー育成でデザインチー

ムのパフォーマンスを高める」という記載は、チームマネジメントや組織のマネジメントのスキルに近い内容だと考える。そのため、該当部分を削除することで、役割がより明確になり良いのではないかと。

- 「(各ロールの定義案の)「主な業務」の定義は、そのロールの特長として記載すべきものであり、「重要度 a」の内容を記載するのが妥当ではないか。今回のスキル定義案をみると b や c の定義が混在する。ここでの共通スキル定義は ITSS のレベル 4 相当(独力で業務を遂行することが可能であり、後進人材の育成も可能なレベル)であり、一定のマネジメント要素を含むため、「主な業務」とスキルの重要度設定はできるだけ関連させた方が理解しやすい。また、スキル項目にある「プロジェクトマネジメント」は、デザインチームのオーケストレーションの役割に通じ、コミュニケーションデザイナーの特長でもある。マーケティング、ブランディング要素は人材類型ビジネスアーキテクトとも重なるため、連携して整理が必要。特に今ビジネスアーキテクト人材の育成に関するタスクフォースで議論しているプロダクトマネージャーは、プロダクトのライフサイクルを首尾一貫して担うロールの特長があり、今後スキル項目の重要度の調整が必要か。
- スキル項目の重要度については今後も継続検討が必要だと認識している。現状の実態や、役割へ期待される内容を踏まえた上で、検討を進めていきたい。
- スキルの重要度のメリハリが大事で、これを行うことで各社が自分の戦略に照らした時に、自社に必要なロールを検討するので、「主な業務」と「必要なスキル」の重要度は相関があるとわかりやすい。

3) プロモーション戦略

事務局より、資料に基づき「プロモーション戦略」について説明され、意見交換が行われた。

- プロモーションを検討する上で、試験とデザインマネジメントの概念を分けて考える方向になりつつあったが、デザイン経営宣言のように、国の政策として試験を位置づけることが重要だと考えている。関係者間で意識をしっかりと共有したいと思う。
- 「デザインマネジメントが日本や企業、個人にとって非常に重要である。」というメッセージのもと、その必要なスキルを証明する仕組みとして試験を位置づけ、その認定者が活躍できる一連のストーリーを示すことで、経営者や受験者の納得やモチベーション向上につながると思う。
- これまでデザインは特定産業の付随的なものとされてきたが、DX 領域にも広がることにより、大きなパラダイムシフトが求められている。この変化の重要性を多くの人に認識してもらうためには、宣言など明確なアクションが必要だと思う。
- 「デザイン」という言葉の捉え方は、当タスクフォース委員と一般の方々では大きく

異なると思う。デザインに関わる仕事をしている人だけではなく、DX 推進に携わる全てのビジネスパーソンが理解・活用すべきものであるという認識を広めるプロモーションが必要だと考える。

- 現在、一般的な「デザインマネジメント」と題された教科書類は、「良いデザインを作るためのマネジメント」に重点が置かれており、そうした内容を学んでいる初学者が多く存在する。一方で、当タスクフォースで検討している「デザインマネジメント試験」の内容とはギャップがあると考えられるが、その点は問題ないのか。
 - 現時点では課題があると認識しているが、今後は問題がない状態となるように対策を検討していくのと思う。
 - 軸足が変わることは、学術関係者に十分理解されているという認識でよい。
 - まずは、タスクフォース委員からの合意を得ていきたいと考えている。
 - 今後は意識の変化を促すため、啓蒙活動に努めていく方針で理解した。
- 今回対象のノンデザイナーの方々が、デザインマネジメントを学ぶ経験の有無によってどのように実践的な違いが出るか、また、何を期待して試験を受けるのかを可視化できると良いと思う。例えば、ビジネス分野でデザインを学び活躍している事例をプロモーションに活用し実際の声として発信することで、受験者が具体的なイメージを持ちやすくなり、効果的だと考える。

4) これまでのタスクフォースのまとめ

事務局より、資料に基づきこれまでのタスクフォースの議論についてまとめが行われた。

- 初回のタスクフォースにおいて提示された目標に対し、現時点で十分に回答できているのか。
 - タスクフォース第1回では、試験化の方向性を明確にすることをゴールとして掲げ、そのコアとなる「対象者像」と「出題範囲」を定義したことで、一定の成果を得られたと認識している。しかし、課題は残されており、今後試験化を進める上でも継続的な議論が必要であると考えている。

5) デジタル人材スキルプラットフォーム

事務局より、資料に基づき「デジタル人材スキルプラットフォーム」について説明が行われた。

6) 今後のロードマップ

事務局より、資料に基づき「今後のロードマップ」について説明が行われた。

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