

デザイン思考 (Design Thinking) 導入支援のための教育の実施

このテーマのキーワード	デザイン、デザイン思考、デザイン経営
関連するSDGs開発目標	

研究内容(社会背景・目的、概要、期待される効果)

(社会背景・目的)

2011年の「第4期科学技術基本計画」では、イノベーション創出を目的として、従来の分野別重点化から課題解決・課題達成を中心とした政策へと転換が図られました。

これらを契機として産業界においても、意匠の設計としての「デザイン」ではなく、イノベーション創出の一つの方法論として「デザイン思考」を活用することに注目が集まっています。

(概要)

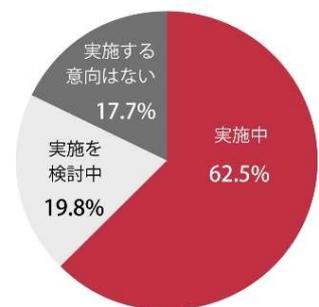
右のグラフは特許庁による日本企業96社（大企業64/中小企業32）を対象とした調査です。デザイン推進組織の設置やデザイン責任者の経営参画など、「形をデザインする行為」から「デザインする人」、「デザインする思考」の多面的な活用へと、デザインの役割が企業内で拡張している事がデータからも裏付けられています。

本研究室ではこうしたトレンドを踏まえ、現代ビジネスのキーワードとなった「デザイン思考」導入の方法論や事例、メリットについてレクチャーし、その導入を支援します。

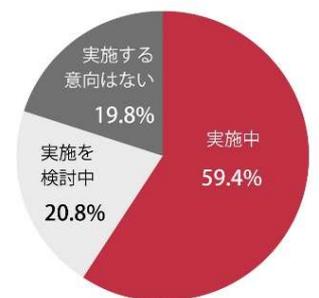
(期待される効果)

製品やサービス開発のプロセスを「デザイン思考」で検証することにより、自社が潜在的に有している資源や課題を再発見し、新規のアイデア創出へと繋げる事が出来ます。

デザイン推進組織を設置している



デザイン責任者が経営チームへ参画する取り組みをしている



※特許庁（2019）
「我が国のデザイン経営に関する調査研究事業」

想定される適用分野・用途・業界

- 新規製品、サービス開発などの課題を有しているが、自社内にデザイン組織や人材を有しておらず、デザイン活用やイノベーション創出が困難な企業等。

産業界へのアピールポイント

- 「使い手」への共感から課題を発見し、試作とストーリーテリングを重視する「デザイン思考」のプロセスで、貴社のものづくりをアップデートしませんか？

情報メカトロニクス学科 町田 由徳 准教授

このテーマに関するお問合せ ものづくり研究情報センター
E-mail : mric@iot.ac.jp TEL : 048-564-3880