

平成29年度 独創的研究助成費 実績報告書

平成 30年 3月 26日

報告者	学科名	造形デザイン学科	職名	教授	氏名	助川 たかね
研究課題	中小FBF(家族経営型企業)におけるデザインマネジメントの活用と教育への応用					
研究組織	氏名	所属・職		専門分野	役割分担	
	代表	助川たかね	造形デザイン学科教授	経営学・都市計画デザイン	全体統括・実施	
	分担者					
研究実績の概要	<p>本研究の目的 本研究は、経営手法として注目され本学デザイン学部の授業科目に加わったデザインマネジメントについて、中小規模の家族経営型企業（family business firm：以下 FBF）における可能性を検証し、教育に活用することを目的として実施した。各種デザイン関連産業に限らず、観光、食品、繊維、印刷、情報など、デザイン学部学生の就職先として実績のある企業の多くは中規模企業である。これら企業において、デザインを学んだ学生が総合的視野と知識・技術・創造性を併せ持った人材として経営の一翼を担い企業や産業の成長に貢献することができれば、人材の受け皿を広げ持続的なデザイン系学生の雇用につながる。本研究では、FBF におけるデザインマネジメントの事例を分析、中小 FBF 経営にとってデザインをエンジンとして活用する方法を提案し、教育内容に反映させることを目指した。</p> <p>研究の学術的・社会的背景：デザインの活用における FBF と大手企業との乖離 国税庁の統計によれば、我国の法人の90%以上は、トヨタやイオンも含め FBF もしくは FBF 由来企業である。さらに、FBF の95%以上が中小企業である。FBF は多くの学生の就職先となり日本経済の重要な役割を担っているにもかかわらず、経営手法の洗練度合という点において、大手企業とは乖離しがちであるという実情がある。経営手法がもはや究極まで洗練されるなかで、経営差別化の手段としてデザインを経営のエンジンとして使う手法への期待が高まってきたことで、デザインマネジメントへの注目が集まっているが、活用しているのはこれら大手が中心なのである。本研究は、科研費研究での対象事例候補として抽出した施設を調査する過程で、国内有数の立地と歴史を持つ FBF ホテルの経営者と出会ったことで着想した。建物から備品に至るまで国内外の顧客から24時間365日有言・無言の評価を受けながら、デザインを経営に活用するという視点が欠けている理由のひとつが FBF の経営的特徴に根差すという仮説を立てるに至ったのである。自身の先行研究においても、デザインマネジメントの対象事例は大手企業や大型開発などが中心であり、国内企業の大半を占める中小 FBF を対象としたことはないことにも気づかされた。国内の研究動向を見ても、中小企業もしくは FBF 経営に関する研究者や学会は存在するが、FBF のなかでも中小企業に限定し、さらにデザインマネジメントとの関係を扱った先行研究は行われていない。</p>					

※ 次ページに続く

<p>研究実績 の概要</p>	<p>予想された結果と実践的提案</p> <p>経営の洗練度という意味で、FBF の 95%以上を占める中小企業が大手企業と比べて遅れをとっているのは事実である。一方で、中小 FBF には、四半期ごとの業績に追われる成熟企業とは異なる様々な改善の機会が残されている。本調査研究の過程で、FBF の特徴のひとつである「経営の継承」に重点を置く経営手法にあって、企業やその商品が既に持っている要素をデザインモチーフとしたセカンドロゴを提案することで、社内の意思決定プロセスにおける軋轢を回避しながら組織全体にデザイン的思考を導入するための入口をつくることとした。事例対象施設に対しては、A1 プレゼンパネル 10 枚とセカンドロゴを用いた各種アイテムの実物見本を提案、フィードバックを受けるとともに実現に向けた検討が進められている。教育においても、従来の経営学の基礎である「課題の発見と解決」から、デザインをエンジンとする「機会の発見と活用」という視点に重点を置くことにより、学生がデザインの持つ多様な可能性を知ることによって将来の仕事に対する意識を大きく向上させてくれるのであれば、そのことこそが最も重要な意義を持つものと期待される。</p>
<p>成果資料目録</p>	<p>上記プレゼンパネル 10 枚およびアイテムの概要をまとめたパネル： 600 X 900 2 枚 (パネルは OPU フォーラムで展示)</p>