

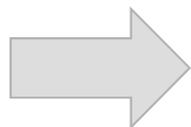
# デザインによる我が国産業の競争力強化 に向けた課題

# デザインによる我が国産業の競争力強化に向けた課題一覧

## 1. デザインの捉え方

<これまでの回における委員のご発言要旨>

- ・日本と海外で言う「デザイン」の意味にずれを感じるので、修正する必要がある。
- ・デザインは産業成長力である。
- ・複雑化している環境を翻訳し、分かりやすく表現し、体験の在り方を再定義することがデザインの果たす大きな役割。その上で、体験価値をブランド価値へつなげることが重要であり、そのためにはデザインの範囲を拡張する必要がある。
- ・産業界変化の要素として、ソーシャルメディアの発達により、共感・意味消費の時代になったので、デザインの対象を広げた方がよい。
- ・デザインは新結合の組み合わせに顧客視点を持ち込み、使いやすさ等で開発した製品普及の潤滑剤となるので、デザインなしでのイノベーションはなかなか難しい。

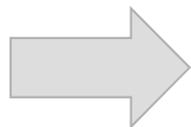


デザインの射程が広がっており、イノベーション創出の有効なツールとなることが、認識として広まっていないことに、どう対応すべきか。

## 2. デザインマインドの高め方

<これまでの回における委員のご発言要旨>

- ・暮らしの中でのユーザーのあり方など、ユーザーを中心としたデザインするということの教育がクリエイターには重要。
- ・グッドデザイン賞は純粋にデザインの審美性だけを評価するものではないため、色・造形の良いデザインを顕彰する制度があってもよいと思う。これがデザインへの国民意識の醸成に繋がるのではないか。
- ・日本の街は欧州等と比較して統一された要素がなく、幼少の子供が良いデザインと触れながら育つための環境作りが要る。
- ・日本の場合は、作る側（企業）には資金や指導が行われたが、いわゆる使う側（マーケット）に関しては目立つ動きがないように感じる。これからはいかにマーケットを作っていくかも非常に重要。その意味で広くデザインの重要性というのを先ずは認知してもらう必要があり、産業支援とマーケットを両面で考える必要がある。
- ・アメリカは国としてデザイン政策に力をいれていないが、民間でのデザインに対する感性が強い。そのようなデザインを重視する風土というのを、どのように作っていくか、単純に政策だけを打てばいいということではないと感じている。
- ・法的保護に値するレベルのデザインを創出し、それを認識できるような文化、機運を醸成していくことが最大の課題と感じている。



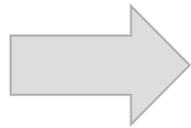
広く国民一般のデザインマインドが向上していないことに、どう対応すべきか。

# デザインによる我が国産業の競争力強化に向けた課題一覧

## 3. デザイン経営のあり方

<これまでの回における委員のご発言要旨>

- ・多くの経営者は、デザインというものが日本の競争力にあまりなっていない、あるいはイノベーションとは関係がないと思っている。
- ・グローバルでは経営層にデザイナーがいるのが当たり前になってきているが、日本の場合はエレクトロニクス産業が主力のため一般的ではなく、重要性も認識されにくい。
- ・自社構造や顧客エンゲージメントにおけるイノベーションは、日本はかなり遅れているのではないか。
- ・製造業のデジタルシフトを促していけば、UXやマーケティングチャネルが変化し、デザインのレバレッジポイントが出てくるように思う。
- ・企業経営者の意識改革をするため、好事例を示すべき。
- ・デザインの価値を見える化・定量評価することで、企業が動くのではないか。
- ・グッドデザイン賞の変化に、企業トップの認識がついていっていない。
- ・欧州のデザイン賞はアジア企業にとってのパスポートとなっているが、日本のデザイン賞はそのような地位にはない。



経営者がデザインの重要性を認識していないことに、どう対応すべきか。

<これまでの回における委員のご発言要旨>

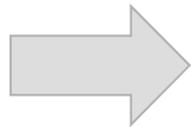
- ・デザイン経営で大事なものは、イノベーションを起すことと、デザインを活用するためのプロセスやフレームワーク。
- ・伝統的な大企業の多くが、生活者が持っている美意識を自社の競争優位性に昇華できていない点が課題ではないか。
- ・IoTの時代、ブランド価値が目に見える意匠・商標のみでなく、体験価値によっても形作られてくるようになっており、B・T型開発からの転換を図ることが必要。
- ・デザイン人材が製品・サービス開発の上流工程から関与することが重要。
- ・単にデザイナーを雇用すれば良いというわけではなく、デザイナーとB・T型人材とのシナジーが重要。
- ・非デザイナーが、デザイン思考等のデザインマインドを持って製品開発やイノベーション起こすということもあり得る。
- ・研究開発税制的なアプローチは、R&Dが活発な大企業へも、スタートアップにも良いメッセージとなりうる。
- ・今の企業における、小規模で能力が限定的なデザイン部隊をどうしたらよいかという点も課題。



経営者がデザイン経営の導入方法をわかっていないことに、どう対応すべきか。

<これまでの回における委員のご発言要旨>

- ・企業のデザイン力が低く、世界で日本のデザインが尊敬されていない。
- ・日本は長く内部デザイナーを育てているが、開放性、多様性の観点から、外部デザイナーの感性も必要。
- ・デザインカリキュラムを含むテックスクールやビジネススクールといった、経営や技術とデザインの両方を育てる教育機関がほとんどない。
- ・ビザ緩和等により、世界から高度デザイン人材を集めてくることも必要ではないか。



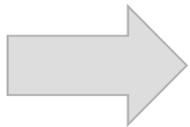
デザインを実践する人材の質が高くないことに、どう対応すべきか。

# デザインによる我が国産業の競争力強化に向けた課題一覧

## 4. 知的財産権制度のあり方

<これまでの回における委員のご発言要旨>

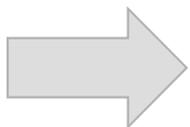
- ・インターネットやクラウドを活用したビジネスが広く展開されている中、顧客と製品・サービスの接点となるGUIのデザイン（画像デザイン）の重要性が高まっているが、そのようなデザインを十分に保護することができない。
- ・企業のアイデンティティを表現するために、一貫したコンセプトを採用した製品群のデザインや、店舗の外装・内装のデザインを十分に保護することができない。
- ・インターネット普及以降、購買決定因子における体験の比重が増した結果、ブランドが視覚的なものを超え体験によっても形づくられる。それ故体験価値の構成要素の保護を図る必要がある。
- ・国際調和も念頭に置きつつ、登録要件を緩和し、適切にデザインが保護される法制度を整備すべきではないか。
- ・意匠の類似の範囲を広くして権利範囲の拡大を図るべきではないか。



我が国の意匠登録制度は、今日のIoT化する社会変革やデザインの広がり、どう対応すべきか。

<これまでの回における委員のご発言要旨>

- ・複数意匠を一出願でできるようにし、また、グレースピリオドを延長し、国際調和した、使い勝手が良く、適切にデザインが保護される法制度を整備すべき。
- ・日本では図面の提出要件において六面図の提出が必須とされているが、外国では弾力的に運用されており、日本の制度は外国よりも手続が厳格である。
- ・世界では特許だけではなく意匠も含めた保護の意識が高まっているが、日本はその感覚において遅れている。



我が国における意匠権を取得するための手続は、国際意匠登録制度や外国の意匠登録制度と比べて複雑であることに、どう対応すべきか。