

日本におけるデザイン思考普及のための取り組み

一般社団法人デザイン思考研究所

代表理事所長 柏野尊徳

info@designthinking.or.jp

TEL : 0466-48-5872

【背景と目的】

グローバル化・IT化・人口構造の変化など、様々な社会変化の影響から、企業において「イノベーションを起こす」ことが重要視されている。

しかしながら日本企業の多くは未だに従来の枠組みから抜け出すことができていない。このままではグローバル化する世界での生き残りは困難を極めるという危機感と、よりよい社会を創るという思いから、企業におけるイノベーション促進を目的とした取り組みを行っている。

【内容】

デザイン思考と呼ばれる、5つのステップから成るイノベーションのための思考と実践のプロセスを提供する。具体的には、各種教材の翻訳と無料公開、動画講義などのコンテンツ配信、ワークショップや企業研修を通じてデザイン思考の普及、教育を行う。

【結論】

『デザイン思考家が知っておくべき39のメソッド』は、無料公開後24時間以内に1万件がダウンロードされた。その後も各種テキストが企業や教育機関において配布されるなど、法人・個人、年齢層を問わず幅広い人々に利用されている。

2014年3月時点で教材ダウンロード数はのべ102,689件、ワークショップ参加人数総計は1,115人、研修実績は11団体(実施概要に準ずる)となった。

一方で、参加数や認知度に反して組織への浸透度が低いなどの課題点も浮かび上がってきており、手法の教育だけにとどまらずイノベーションのための組織づくりにも本格的に着手していくことが求められる。

【参考文献】

- Stanford University d.School “*Bootcamp Bootleg*”
- IDEO.org “*HUMAN CENTERED DESIGN TOOLKIT*”



日本におけるデザイン思考普及のための取り組み

一般社団法人デザイン思考研究所
Design Thinking Institute

「背景」

グローバル化・IT化・人口構造の変化など様々な社会変化の影響を受け、企業もこれまでとは違う「変化」を求められるようになった。その中で「イノベーションを起こす」ことが重要視されている。

MBA や論理的思考のみに頼った従来の分析的発想では、多様化する人々のニーズに応えることは困難であり、今後は人々の多様な感性に訴えかける製品・サービス(新しい体験や楽しみをもたらすことによる価値提供)が求められてきているとも言える。

しかしながら日本企業の多くは未だに従来の枠組みから抜け出していない。これまでどおりの方法論では価値創造に限界があり、このままではグローバル化する世界での生き残りは困難を極める。

そのような危機感に加え、よりよい社会を創り、後世に価値ある文明を残したいという想いからデザイン思考を主軸とした取り組みを開始した。



WSの様子

「枠組」

ーデザイン思考ー

5つのステップから成る、イノベーションのための思考と実践のプロセス。理性と感性の両方を統合する上で役立つ。

観察や、インタビューを主とした深い共感と没入を通じてユーザー1人1人のストーリーを把握することで、よりユーザーにとって価値のあるアイデアを導き出す。そのアイデアを素早く低コストで具現化させ、トライ&エラーを繰り返すことで、ユーザーにとって本当に価値のある解決策を提供する。

デザイン思考は、1) 共感 (empathize)、2) 問題定義 (define)、3) 創造 (ideate)、4) プロトタイプ (prototype)、5) テスト (test) という5つのプロセスから構成されている。図では直線的に1から5へと進むプロセスとなっているが、実際は非直線的に行われるものである。状況に応じてそれぞれのプロセスを往復し、様々な角度から繰り返し課題を再検討する中で実際の行動へとつなげていく。

「実施概要」

- ①各種教材の翻訳・無料公開
 - 『デザイン思考家知っておくべき39のメソッド』
 - 『イノベーションを起こすための3ステップ・ツールキット』
 - 『デザイン思考のポケット・ガイド』
 - その他全10種類
- ②デザイン思考ワークショップの開催
 - 本場スタンフォード大学に学ぶ! デザイン思考入門クラス
 - 本場スタンフォード大学に学ぶ! デザイン思考マスター・クラス
- ③法人向け研修実施 (主な実施先)
 - 株式会社 ベネッセコーポレーション
 - 株式会社 リレーションズ
 - 一般社団法人 日本旅行業協会 (JATA)
 - 国立大学法人 東京工業大学
- ④イノベーション及びデザイン思考に関する講演会
 - ヤフー株式会社
 - 一般社団法人 日本知財学会

ヤフー株式会社での講演



「考察：教育効果」

- 教材ダウンロード数: のべ102,689件
 - ワークショップ参加人数総計: 1,115人
 - 研修実績: 11団体 (実施概要に準ずる)
- (数値は2014年3月10日現在)

『デザイン思考家知っておくべき39のメソッド』は、無料公開後24時間以内に1万件がダウンロードされた。その後も、各種テキストが企業や教育機関において配布されるなど、法人・個人、年齢層を問わず幅広い人々に利用されている。

2012年夏から開始した初期のワークショップでは、学生や個人事業主、ベンチャー企業経営者といった参加者が多く見受けられた。最近では、専ら年商1000億以上の大企業に属する管理職層に加え、医者や建築家といった多分野の専門家などへと参加者層が変わりつつある。

「デザイン思考」及び「イノベーションのための方法論」が社会的に益々求められてきていることを改めて感じさせられる。

「今後の課題」

・WS参加数や、社会的認知度の割に組織に浸透しない

参加者の属性が変化してきているとはいえ、現状はまだイノベーター・アーリーアダプター層がほとんどであり、キャズムを超えることができていない。

その背景には、日本の伝統的な組織モデルや、それに基づく意思決定基準がイノベーションのための考え方は相反するという問題などが存在する。今後のさらなる普及のためには、デザイン思考をただ広めるだけではなく、合わせてイノベーションのための組織づくりにどのように着手するかが課題である。

・デザイン思考のエバンジェリストを生み出す

ワークショップ参加者がその知見を自社で広めようと持ち帰った場合、「1度学んだだけではポイントが掴めない」「社内の関係者からデザイン思考の実践者として認められない」といった理由から、困難を感じる人々が多い。

社内実践を試みる人々のために、デザイン思考ファシリテーターの資格を与えるなど彼らの取り組みを支援するシステム設計が徐々に必要となってきている。



<http://dschool.stanford.edu/>



WS参加者

一般社団法人デザイン思考研究所
<http://designthinking.or.jp/>
info@designthinking.or.jp