

	講義名／講師名	日時	科 目 内 容			
総論	概論 本講座の目的、ゴールなどについてのオリエンテーション、日本経済の現状と課題	11月30日（日）	ねらい	本講座の趣旨を理解し、自身が社会で求められる存在となるために必要な学びであることを再確認し、参加者同士が全講座をやり抜く動機が形成されている。（ODCとしての理念） 日本経済の現状をマクロの視点から認識し、絶え間ない企業価値創造が重要であることを確認する。そのうえで、自ら高い視座で経営者に対し、経済・産業の活性化の必要性と国の政策について説明することができる	科目概要	デザイン経営パートナーが求められる理由、講座の目的、デザイン経営パートナーの役割、認定に際しての条件や、認定後に活躍していただきたい場の想定について解説する。 そのための心構えとして、住田、深野によるビデオ講座を上映し、我が国の価値の源泉である知的資産を生かして「価値デザイン社会」における持続的成長を実現できるチャンスであることを解説する。 さらには、参加者が互いに自己紹介し、全講座のグループワークが円滑に進むよう、ネットワーク形成の基礎とする。
	内海美保 一般財団法人大阪デザインセンター 専務理事 住田孝之 住友商事株式会社 専務執行役員CSO 深野弘行 公益財団法人日本デザイン振興会 理事長	10:00-13:00	授業計画	第1回 講義+ビデオ上映 デザイン経営パートナーが求められる理由、講座の目的、デザイン経営パートナーの役割、認定に際しての条件、認定後に想定する活躍の場（40分 休憩10分） ビデオ講座上映（45分） 第2回 ワークショップ ・参加者全員による自己紹介シートを用いた自己紹介 ・グループに分かれて自身の強み、弱みについて話し合う	参考書籍	『中小企業におけるデザイン経営の効果・ニーズに関する調査 報告書』特許庁、2025。 https://www.jpo.go.jp/introduction/soshiki/document/design_keiei/kouka_report.pdf
	デザイン経営概論 デザインを経営に持ち込むことはどういうことなのか	11月30日（日）	ねらい	デザイン経営の本質と、なぜ今デザイン経営が必要なのかを理解する。そのうえで、自らの言葉で経営者に対し、デザイン経営に取り組む気にさせることができる。（デザイン経営の好循環の理解を含む）	科目概要	企業経営にデザインのアプローチが求められる背景を紐解き、一般的な経営戦略におけるアプローチとの対比を通じて、デザイン経営の本質を解説する。講義の後にはワークショップを実施し、デザイン経営を推進するマインドセットの違いについて体感できる機会を設ける。
	土生哲也 株式会社 I Pディレクション 代表取締役		授業計画	第1回 講義形式 1. デザインのアプローチが求められる背景 2. デザイン経営とは何か（「デザイン経営」宣言とデザイン経営の好循環モデルを中心に） 3. デザインによる企業変革とデザイン経営の効果 4. 社会の構造変化とデザイン 第2回 ワークショップ形式 アイデンティティを言語化するワークショップ （支援者としての自身のアイデンティティを言語化する） ・1対1の対話 ・個人ワーク（アイデンティティの言語化） ・グループワーク（発表と意見交換） ・全体発表・講評	参考書籍	● デザイン経営宣言 https://www.meti.go.jp/shingikai/economy/kodo_design/pdf/001_s01_00.pdf ● 中小企業のためのデザイン経営ハンドブック2 https://www.jpo.go.jp/introduction/soshiki/design_keiei/document/chusho_2/chusho-handbook2_a3.pdf ● 中小企業をアップデートする！ https://www.kansai.meti.go.jp/2tokkyo/10design_keiei/2023_chusho_update.pdf ● 地域の産業を起こし、耕し、かきまぜるデザイン経営 https://www.kansai.meti.go.jp/2tokkyo/10design_keiei/2024_design_keiei_book.pdf ● 特許庁・中小企業におけるデザイン経営の効果に関する調査報告書 https://www.jpo.go.jp/introduction/soshiki/design_keiei/document/kouka/report.pdf ● 中小企業のデザイン経営（土生哲也・note） https://note.com/t_habu/m/m159b05456526
	デザイン経営実践モデル デザイン経営の支援は実際にどのようにされているのか	12月7日（日）	ねらい	どんな支援の場面があり、そのような支援を行うのか、また、それに必要なスキルについて腹落ちする。	科目概要	本科目では、中小企業を対象とした「デザイン経営」の実践モデルを学びます。経営資源が限られる中小企業が抱える課題を起点に、支援プロセス全体の流れを把握し、現状分析から軸の明確化、ロードマップ策定、デザインアクションの設計・実践までを体系的に扱います。また、経営者・従業員・外部人材との共創を支える「デザイン経営パートナー」として必要な態度・スキル・知識を探究し、伴走支援の本質を実践的に学びます。
	澤田哲也 ミデモ株式会社 代表取締役 谷 紋美 ミデモ株式会社 地域共創事業部 PMユニット マネージャー / リードディレクター		授業計画	第1回 講義/演習 1. 中小企業における経営課題とデザイン経営の必要性を理解する 2. デザイン経営支援の全体プロセス（現状分析～実践支援）を学ぶ 3. 【ディスカッション】支援対象となる企業像と課題の特徴を考察する 4. 実際の支援事例を通じてプロセスを具体的に把握する 5. 【ケーススタディ】特定企業を想定した支援計画の作成を考える 6. 【ディスカッション】デザイン経営パートナーに必要なディシプリンを整理する 第2回 講義/事例研究/演習 1. 支援プロセスの各フェーズ（軸設定、設計、実行）を具体的に学ぶ 2. デザインアクションの設計・マネジメントの考え方を整理する 3. 支援における実務的な視点・工夫・リスク管理を理解する 4. 【ディスカッションと質疑応答】実務担当者による支援事例紹介から現場のリアルを学ぶ 5. 支援者と企業との関係構築や共創のあり方を問い直す 6. 質疑応答を通じて、自らの支援スタイルを見つめ直す	参考書籍	なし

マ イ ン ド セ ツ ト	デザインとは デザインのもつカ	12月7日 (日) 14:00- 17:00	ね ら い	デザインとは何かを理解し、デザインの対象が経営まで広がっていることを理解する。そして、デザインと経営との関係を説明することができる。	科 目 概 要	本講では、「デザインとは何か?」という問いを出発点に、デザインを単なる形状や機能の設計にとどめず、ビジネス戦略や経営課題、社会構造の変革を支える方法論として捉える。特に、デザインの対象が経営領域に広がっている現状を深く理解し、デザインと経営の関係性について、近年のデザイン研究の知見とともに具体的な事例を通じて考察する。講義とワークショップを組み合わせ、実務に応用できる視点を養う。
	八重樫文 立命館大学 経営学部 教授		授 業 計 画	第1回 講義+ワークショップ形式 講義（45分）：デザインとは何か？ ・デザイン概念の社会的成立過程 ・企業組織におけるデザインの役割の変遷 ワークショップ（45分） ・講義内容について体験を通して理解する 第2回 講義+ワークショップ形式 講義（45分）：経営におけるデザインの価値 ・経営におけるデザインの価値は誰が見出し、誰が発揮する？（デザインマネジメントとデザインリーダシップ） ・再び、デザインとは何か？ ワークショップ（45分） ・講義内容について体験を通して理解する	参 考 書 籍	八重樫文・大西みつる（著）（2023）.『新しいリーダーシップをデザインする　ーデザインリーダーシップの理論的・実践的検討』新曜社 佐藤典司・八重樫文（監修・著），後藤智・安藤拓生（著）（2022）.『デザインマネジメント論のビジョン　ーデザインマネジメント論をより深く学びたい人のために』，新曜社 八重樫文・安藤拓生（著）（2019）.『デザインマネジメント論（ワードマップ）　ービジネスにおけるデザインの意義と役割』，新曜社
	デザインモード デザイン態度をいかに手に入れるか	12月14 日(日) 10:00- 13:00	ね ら い	デザインモードを理解するためのデザイン態度・マネジメント態度の理解と、ワークを通してデザイン態度自体の体感。 さらに中小企業の経営者がデザインモードを修得する支援の方法論の理解	科 目 概 要	デザインモードとは企業経営者や従業員が、新しい事業・新しい社内施策・新しい企業の方向性を考え、実践していくにあたり必要なデザイン態度を表出している状態である。普段、企業経営者や従業員が置かれている状態（元請けからの仕様と納期と価格が決まった注文書ベースで仕事が発生し、リソースとリスク管理をして事業を回すことに注力している状態）で発揮している態度は、効率化、省力化、小さな改善には力を発揮し、過去培ってきた実績がある場合は、過去を参考に未来を予測できるため優位な態度である。一方、現在の不確実な世の中の突然の変化に対応したり、新しいことに挑戦したりするには不向きである。そこで重要とされているのが、変化に柔軟に対応したり、新しい価値を生み出す人々が持つ態度としてのデザインモードである。本科目ではデザインモードとは何かをLEGO等を利用してワークを通して理解・体感し、さらに、中小企業経営者、従業員に対してどのようにして旧来のモード（マネジメントモード）から切り替えていってもらうかの実践方法を学ぶ。
	杉谷昌彦 ミテモ株式会社 シニアディレクター		授 業 計 画	第1回 講義および演習 「デザインモードの理解（デザイン態度とマネジメント態度）」 デザインモード、その具体としてのデザイン態度・マネジメント態度の内容や歴史的な背景、現状を理解し、実際のデザイン態度とマネジメント態度での思考や動き方の違いを体感し、その結果の違いを理解する。 第2回 講義および演習 「デザインモードの修得とその支援」 デザインモード修得に置けるポイントや、難しさを理解し、実現可能なプログラムをワークでの実践を通して体得する。ここでは特にデザイン経営で重視しているデザイン思考を活用したプログラムを参考にしながら、試行錯誤力をどう鍛える支援をするかの演習で実践する。 基本的には2コマ連続の講義として参加者はリアル参加を求める。	参 考 書 籍	なし

マ イ ン ド セ ッ ト	対話力・傾聴力 対話と傾聴の実践	12月21 日(日) 10:00- 17:00	ね ら い	実際の企業支援における対話と傾聴の実践スキルを獲得する（資格の学校 T A C 提供） 目的 ・ 経営者への提案活動における対話力を向上させる ・ 経営者の課題、経営状況、本音を聞きだすための質問力を身につける ・ リスニングを基に経営者が納得する提案力・説明力を身につける	科 目 概 要	この講習では、一方的に説明や提案をするのではなく、経営者ならでの考え方を理解し、相手の本音を引き出す質問力、対話力が身につけられます。コンサルティングや営業の現場において、より顧客の理解を深めたいという方に役立つ知識・スキルが学べるカリキュラムとなっています。 数字からは見抜けない経営者の本音を引き出し、真の課題を発見・整理して解決するための対話力を身につけるとともに、企業との対話を深め課題を可視化するためのツールとして国が推奨しているローカルベンチマークや経営デザインシートの活用方法も紹介します。
	津賀弘光 Venture Business Support Office 代表 TAC中小企業診断士対策講座 専任講師		授 業 計 画	第1回・第2回 講義 個人ワーク グループワーク オリエンテーション 講習の目的・自己紹介・課題の共有 経営者との対話に必要なスキル 問題解決の基本プロセス ・ 経営者が抱える問題の方向性 ・ 問題を俯瞰する【実践ワーク】 信頼関係構築のための対話力 ・ 傾聴の姿勢 ・ リスニングのポイント・質問の種類 ・ 質問内容の具体例 対話を深める伝達・提案スキル ・ コミュニケーションで意識すること ・ 効果的な課題解決の進め方 経営者との対話ツール ・ ローカルベンチマーク ・ 経営デザインシート 第3回・第4回 ロールプレイング グループワーク 個人ワーク ロールプレイング ・ リスニングのロールプレイ ・ 課題解決のロールプレイ ・ 経営デザインシートの作成ワーク	参 考 書 籍	なし 補足 デザイン経営パートナー講座の「対話力・傾聴力」パートは、日本金融人材育成協会が認定する「企業経営アドバイザー」資格の認定要件の一つである「対話力向上講習」として実施します。当パートの修了と日本金融人材育成協会が実施する検定試験合格により企業経営アドバイザーとして認定を受けることができます。
ス キ ル セ ッ ト	行為のデザイン思考法 経営支援におけるデザイナーの思考法	12月20 日(土) 14:00- 17:00	ね ら い	商品開発やサービス開発などの企画段階の上流プロセスにおいて、クライアントの狙いを引き出し、その狙い自体の課題を再構築するためのプロセスです。クライアントの視点だけでなく、ユーザー目線や市場目線でバグを抽出し、その理由を分解してソリューションを考える支援方法を学びます。	科 目 概 要	デザイン思考を用いた商品開発やサービス開発の手法はスタンフォードのd-school でもお馴染みですが、SWOTやKJ法、カード法など多くのスキルセットの知識が必要です。しかしそれをコーディネートできるファシリテーターが日本では育っていないのが現状です。このセミナーでは、そういったスキルの習得が無くても指導できるSSFB法を教授致します。実践的に使えるデザイン思考型開発として各国で翻訳されています。
	村田智明 株式会社ハーズ実験デザイン研究所 / METAPHYS 代表取締役		授 業 計 画	第1回 講義及び体験型ミニワークショップ 行為のデザイン思考とは何か、 SSFB法によるm体験型ミニワークショップ	参 考 書 籍	Cccメディアハウス 行為のデザイン思考法、朝日新聞出版 バグトリデザイン

ス キ ル セ ッ ト	ビジネスデザイン 価値とビジネスモデルの構想	1月10日 (土) 10:00- 13:00	ね ら い	ビジネスデザインの概念を理解したうえで、ビジネスモデルの種類や構想手法を理解し、創出したい価値を実現するためのビジネスモデルの構想やビジネスモデル実践のための戦略を支援できる。	科 目 概 要	● 本科目では、ビジネスデザインの概念を理解したうえで、ビジネスモデル構築の必須要素である、「可否の理解」「アイデアの創出」「実現可能なプランの構築」を扱います。具体的には、以下の内容を中心に学びます。 ● 1. ビジネスデザイン基礎知識の習得 ビジネスデザインの概念を掴んだうえで、ビジネスデザインに欠かせない、価値、デザイン思考に関して理解を深める。その上でビジネスモデルの概要、ビジネスモデルを実現する戦略（ビジネスストラテジー）について理解を深める。 ● 2. ビジネスデザインの実践的スキルの習得 アイデア創出の構造を理解したうえで、仮定のビジネス課題を題材にしたグループワークを通じて、課題設定、アイデア創出を行い、最終的にビジネスモデルを提案。
	湯浅保有美 トリニティ株式会社 代表取締役社長 平野幸司 トリニティ株式会社 取締役 DXDキャンブ プロダクトマネージャー		授 業 計 画	第1回 講義 1. ビジネスデザインについて 2. ビジネスモデルについて ・ビジネスアイデアを生むには ・顧客の欲求構造・インサイトについて ・デザイン思考について ・提供価値について 3. ビジネスストラテジーについて ・ビジネスを生み実現させるプロセス ・合意形成のステップ ・顧客セグメントとペルソナについて ・カスタマージャーニーについて 第2回 グループ（3人程度）に分かれてワークショップ ビジネスアイデアの創出とその価値 ・アイデア創出について（講義） ・先進事例からの価値の抽出と収束（グループワーク） ・収束させた価値を課題に適応させてアイデア創出（グループワーク）	参 考 書 籍	アイデアのつくり方 ジェームズWヤング著
	知財マネジメント 知財マネジメント総論	1月10日 (土) 14:00- 17:00	ね ら い	企業支援において、支援先企業の未来を支える「自社らしさ」を経営者が認識し、それを起点とした未来を描くとともに、それを強化（人格形成）したり活用（文化醸成、価値創造）したりすることができるために、その発見や言語化の支援を身体知として獲得する。また、価値創造の資源としての知的財産（広く無形資産を含む）をどのようにマネジメントするべきかを理解する。 経営デザインシートの「自社の存在意義（ありたい姿）」「これまでの価値創造メカニズム（特に資源）」の言語化支援ができるようになること、および、J-PlatPatを活用し、支援先企業の知的財産権の検索ができるようになることを目標とする。	科 目 概 要	「知的財産」とは何かを「自社らしさ」と関連付けて解説する。そして、「自社らしさ」を「知的財産」として言語化するワークに取り組む。そして、その知的財産を権利化する意義と手続きについて解説する。 企業経営において知的財産をどのように活用するかと紐づけて管理のポイントを解説する。 中小企業支援における知的財産情報の活用について解説し、実際にJ-PlatPatを使ってクライアントの情報を検索する。
	近藤泰祐 一般財団法人知的財産研究教育財団 知的財産教育協会 事業部長		授 業 計 画	第1回 講義・ワークショップ ・価値創造メカニズムにおける知的財産 ・知的財産とは事業に有用な情報であり「自社らしさ」そのもの ・「自社らしさ」言語化ワーク ・暗黙知と知的財産 ・権利化する意義 ・知的財産のマネジメント 第2回 講義・ワークショップ ・知的財産情報の活用 ・クライアントを調べよう	参 考 書 籍	・ J-PlatPatのマニュアル、説明動画など（特許庁）https://www.j-platpat.inpit.go.jp ・ もうけの花道（中国経済産業局）https://www.chugoku.meti.go.jp/ip/ ・ 経営をデザインする（内閣府） https://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/keiei_design/index.html ・ 知的財産管理技能検定 3級公式テキスト（アップロード） ・ 知的財産管理技能検定 2級公式テキスト（アップロード） ・ 知的財産 管理&戦略ハンドブック 第3版（杉光一成、加藤浩一郎）

ス キ ル セ ツ ト	フレームワークの活用 ローカルベンチマーク・経営デザインシート・デザイン経営コンパスの活用	1月17日 (土) 10:00-17:00	ね ら い	企業支援において活用できるフレームワークを理解する。 また、支援先企業の未来を支える「自社らしさ」を経営者が認識し、それを起点とした未来を描くとともに、それを強化（人格形成）したり活用（文化醸成、価値創造）したりすることができるために、その発見や言語化、真の課題の発見と解決の支援を身体知として獲得する。 企業支援に使えるフレームワークを組み合わせたり、使い分けたりしながら支援ができるようになることを目標とする。	科 目 概 要	経営デザインシート、ローカルベンチマーク、デザイン経営コンパスについて解説し、その企業支援における活用方法を紹介する。ワークショップでは、中小企業が経営デザインシートを使って事業変革を行った動画をもとに経営デザインシートを活用した未来構想を体験する。そして、ローカルベンチマークとデザイン経営コンパスについてもその活用を体験する。
	近藤泰祐 一般財団法人知的財産研究教育財団 知的財産教育協会 事業部長 五島宏明 ヒロパートナーズオフィス代表		授 業 計 画	第1回 講義 ・ フレームワークの説明 - 経営デザインシート - ローカルベンチマーク - デザイン経営コンパス ・ フレームワークの活用（講師ごとに手法紹介） - 活用場面 - 組み合わせ 第2回 ワークショップ ・ ワークショップ①（経営デザインシート） - 「らしさ」の言語化 - 存在意義の言語化 第3回 ワークショップ ・ ワークショップ②（経営デザインシート） - 未来構想（ぶっ飛んだ未来のデザイン） 第4回 ワークショップ ・ ワークショップ③ - ローカルベンチマーク - デザイン経営コンパス	参 考 書 籍	・ 三代目が会社をつぶす!?（五島宏明） ・ もうけの花道（中国経済産業局）https://www.chugoku.meti.go.jp/ip/ ・ 経営をデザインする（内閣府） https://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/keiei_design/index.html ・ デザイン経営実践支援ツール「デザイン経営コンパス」（特許庁） https://www.jpo.go.jp/introduction/soshiki/design_keiei/compass.html ・ ローカルベンチマーク（通称：ロカベン）（経済産業省） https://www.meti.go.jp/policy/economy/keiei_innovation/sangyokinyu/locaben/
	デザインプロジェクトマネジメント論 プロジェクトの管理手法	1月24日 (土) 10:00-13:00	ね ら い	デザインプロジェクトの特性（創造性・不確実性）を理解する。 デザイン思考とアジャイル開発の親和性を把握し、進行手法を学ぶ。 中小企業で実践可能なPMスキル（計画→実行→振り返り）を身につける。	科 目 概 要	通常のプロジェクト管理手法では捉えきれない、創造的・不確実性の高い“デザインプロジェクト”特有の進め方を学びます。デザイン思考とアジャイルの親和性を理解し、中小企業現場で実践可能なPMスキルを身につけることで、より実践的な経営支援が可能となります。
	吉田隆司 株式会社PKS OFFICE 代表取締役 藤原 明 りそな総合研究所株式会社リーナルビジネス部長		授 業 計 画	第1回 講義/ワークショップ ・ PMフレームワーク概論 - ウォーターフォール vs アジャイル比較 - デザイン思考×アジャイルの親和性解説 講義＋事例討論 - 危機管理について解説 ・ 計画策定ワークショップ 1) スコープ定義：簡易WBS(Work Breakdown Structure)作成 2) タイムライン設計：ガントチャート演習 3) リスク管理の基本視点 グループ演習 第2回 講義/ワークショップ ・ 実行・モニタリング技法 - ステークホルダー・コミュニケーション計画 - 進捗レポート作成演習 ・ クロージングと振り返り - レッスン・ラン（振り返り）フレームワーク - 成果物納品／承認フローの設計演習 - ナレッジマネジメントの仕組み化 ロールプレイ＋ミニ講義 まとめ・質疑応答 全体ディスカッション ※全体の進捗により講座内容が若干変更となることもあり得ます。	参 考 書 籍	なし

スキルセット	組織の再定義 組織の存在意義と役割の再定義	1月24日 (土)	ねらい	デザイン経営を推進していくには、組織・個人の意識変革、風土醸成が不可欠である。そういった意識改革、風土醸成に関する企業における実例を学び、推進していくための重要ポイントや勘所を理解することで、現場での対応力を向上する。	科目概要	企業における組織・個人の意識変革、風土醸成のケーススタディを共有したうえで、そこで実践されていたことがどういったことであるかについて受講者全員で議論することにより理解を深めることで、今後のパートナーとしての活動に資する知識を得る。
	奥田武夫 日本知財学会 経営デザイン分科会幹事 電機メーカー 知的財産センタ センタ長	13:50- 15:20	授業計画	第1回 講義および受講者を交えたディスカッション 講義 40分：事例共有 ディスカッション 50分：事例にて実践されていたことの意味や重要なポイントについて様々な側面からの意見を交換し理解を深める。	参考書籍	なし
	組織内デザイン経営 組織内デザイン経営の実践支援	1月24日 (土)	ねらい	企業における伴走支援の実践事例を通じて、デザイン経営の具体的な推進手法、推進時に陥りがちな課題、支援者として求められるマインドセットやスキルセット、支援対象へ働きかけるファシリテーションのポイントを学ぶ。 デザイン経営を推進する働きかけができるようになる。	科目概要	企業が推進するデザイン経営の事例として、パナソニックグループにおけるデザイン経営の活動、及び具体手法である、社内専任の支援チームが事業部門の長期戦略・構想活動を支援する「未来構想プログラム」を学び、そのエッセンスを体験する演習を行う。 企業内伴走支援の具体実践例における課題や具体的な対応に関する学びを起点に、支援者として自身が伴走する際の働きかけ方について考える。
	北村直美 パナソニックホールディングス株式会社 経営戦略部門 デザイン経営実践プロジェクト マネージャー	15:30- 17:00	授業計画	第1回 講義＋演習形式 1. 「未来起点×人間中心」で考えるパナソニック流デザイン経営とは 2. ワークショップ形式の伴走支援「未来構想プログラム」とは ・未来構想プログラムの概要 ・未来構想プログラム ワーク【演習】 3. 伴走支援の在り方、深堀 推進時に陥りがちな課題、支援者としてのマインドセット・スキルセット、働きかけのポイント など	参考書籍	
	デザイナーの役割I デザイナーが行うデザイン経営の支援	1月31日 (土) 10:00- 11:30	ねらい	デザイナーができることを理解し、スムーズに協業ができるようになる。	科目概要	①「広義のデザイナー」の業務内容や有用性について理解する。 ②具体的な事例を参考に、「広義のデザイナー」の業務に関する解像度を上げる。 ③中小企業診断士とデザイナーが協業することで生まれる価値を理解する。
	乙倉慎司 合同会社千日デザインアソシエーション代表		授業計画	第1回 講義 ①デザイナーの仕事（30分） ・デザイナーの業務フロー ・デザイナーの思考・発想 ・デザイナーの有用性 ②事例解説 1（20分） ・ブランディング業務 ②事例解説 2（20分） ・新規事業開発業務 ③中小企業診断士とデザイナーの協業（20分） ・多くのデザイナーが苦手なこと ・二者協業から生まれる価値	参考書籍	なし

ス キ ル セ ツ ト	デザイナーの役割II デザイナーが行うデザイン経営の支援	1月31日 (土) 11:40- 13:10	ね ら い	デザイナーができることを理解し、スムーズに協業ができるようになる。	科 目 概 要	①「デザイン」の解釈を正しく持つ。 ②「デザイン経営」への理解を、事例をもって理解する。 ③共創の可能性を知る。
	渡部健将 株式会社Cograf（コグラフ） 代表取締役社長		授 業 計 画	第1回 講義 ① デザインとは【15分】 ・講師の経歴紹介 ・デザイン業務の大きな流れ ・デザインと社会の結びつき（「ヒト中心」に考えること） ・『デザインとは愛である』 ② 共創ブランディング事例【60分】 ・ブランディングについて ・共創ブランディング事例紹介 ③ 共創の可能性【15分】 ・「前向きな風土を創る」ための関わり方 ・デザイナーができること	参 考 書 籍	
	ビジネスデザインの実践 コンサルタントが行うデザイン経営の支援	1月31日 (土) 14:00- 17:00	ね ら い	自社らしさを引き出し、それを経営目標、変革アクションに紐づける。	科 目 概 要	本科目では、デザイン思考の原則をビジネス実践に応用する「ビジネスデザイン」について学びます。自社の知的資産を起点に、人間中心設計の視点を戦略策定に取り入れ、ユーザー理解、創造的な問題解決、プロトタイピングと反復的改善を通じて新たなビジネスモデルを構築するアプローチを扱います。また、中小企業における実践を想定し、ビジネスモデルの再構築に加え、それを実行しきる組織づくりまでを視野に入れた支援のあり方を考察します。
	澤田哲也 ミデモ株式会社 代表取締役		授 業 計 画	第1回 講義/ディスカッション 1. デザイン思考とは何か、ビジネスにおけるその意義を理解する 2. ビジネスデザインとデザイン経営の関係性を整理する 3. 人間中心設計による戦略的アプローチの基本構造を学ぶ 4. 知的資産（暗黙知・文化・組織特性）を価値創造に活かす視点を考察 5. ケーススタディを通じて、トレードオフを超える創造的な解決を学ぶ 6. 【ディスカッション】自社（架空企業）の「らしさ」を深掘するための問いを設計する 第2回 講義/ディスカッション 1. ビジネスモデルキャンバス等を用いた構造的思考を習得する 2. ユーザー理解・課題設定・仮説生成・プロトタイピングの実践プロセスを通して、事業の可能性をアブダクションする過程を理解する 3. 【ディスカッション】「らしさ」を軸に、既存事業の可能性を広げる 4. 新たな事業ポートフォリオ構築と組織変革の関係性を整理する 5. 【ディスカッション】「問いを育てる」組織づくりのプロセスを検討する 6. まとめ：中小企業における実装可能なビジネスデザインの支援とは何かを討議する	参 考 書 籍	なし

実践	フィールドワーク デザイン経営支援の実践	別途調整	ねらい	デザイン経営の視点から企業の表面的な「強み・ウリ」ではなく、企業の文化や価値観の“芯”である「自社らしさ」を見つけ出す全6回のセミナーです。受講生はデザイナーと協働しながら、従来の論理的思考だけでは捉えきれない「意味のある問い」を立て、企業の内発的な価値や文化に基づいた提案力を高めます。	科目概要	企業の「自社らしさ」をデザイン経営の視点で徹底的に掘り下げる実践型ワークショップです。観察・対話・構造化のプロセスを通じて、企業の価値観や文化の本質を見抜く力を養い、支援者としての新たな視点を獲得します。
	石川佳名子 一般財団法人大阪デザインセンター 事業推進部 課長 シニアプランナー/プロデューサー		授業計画	第1回 ワークショップ 「らしさ」を捉える感度を上げる ・デザイン経営における「らしさ」とは ・企業の情報から初期仮説を立てる 第2回 ワークショップ 問いをつくる＝観察の視点を持つ ・ユーザーインタビューの設計法（深掘り質問とは） ・経営者や社員に投げかける本質を探る問いづくり 第3回 ワークショップ 企業訪問で「らしさ」を感じる ・企業（経営者）ヒアリング ・空間、雰囲気や掲示物などを観察 第4回 ワークショップ 「らしさ」の断片を可視化 ・行動、言葉、感情などの印象的な点を整理・分類 ・共通する価値観や考え方のパターンから「らしさ」の核心を読み解く 第5回 ワークショップ 「らしさ」の物語と構造を描く ・行動や意思決定に表れる「らしさ」を物語として構築する ・エピソードから「らしさ」の構造を捉え、伝わる形で整理する 第6回 ワークショップ 「らしさ」を翻訳して共有する ・企業へプレゼンテーション ・フィードバック、振り返り	参考書籍	なし