

	講義名	日時	学習形態	科目内容		
STEP1	概論 <オリエンテーション> ・デザイン経営パートナーになる意義 ・支援者としてのありたい姿を言葉にする	11月28日 (土) 13:00-17:30	通学	到達目標		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。 加えて、現時点での将来のありたい姿を言語化するワークショップを行う。
	内海美保 一般財団法人大阪デザインセンター 副理事長 住田孝之 元内閣府知的財産戦略推進事務局長 日本製紙連合会理事長 深野弘行 公益財団法人日本デザイン振興会 理事長 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限 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（45分） ビデオ講義上映（45分） 第2限 ワークショップ ・ビデオ講義に基づくディスカッション ・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 第3限 ワークショップ ・将来を構想する思考補助ツールとしての経営デザインシートを活用し、現時点での解像度で、将来のありたい姿を言語化する	参考書籍

		講義名	日時	学習形態	科 目 内 容			
S T E P 1		デザイン経営の支援 ・デザイン経営の支援のあり方	12月5日 (土) 10:00- 13:00	オンライン	到達目標	デザイン経営の支援を行う全体像を俯瞰し、自分自身が支援者として今後どのような支援を行うのかを想像できる。 また、それを行うにあたりに必要なとされる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			授業計画	第1限 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限 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
S T E P 2		デザインとは ・デザインのもつ力	12月5日 (土) 14:00- 17:00	オンライン	到達目標	デザインとは何か、デザインの対象が経営まで広がっていることを理解し、自分の言葉で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 デザイン・アート学部 教授／副学部長			授業計画	第3限 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4限 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ーシップ） ・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 ―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 ―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） ―ビジネスにおけるデザインの意義と役割』，新曜社

	講義名	日時	学習形態	科 目 内 容		
S T E	デザイン態度 ・デザイン態度とは ・デザイン態度を身に付ける	12月12日 (土) 10:00- 13:00	通学	到達目標		科目概要 デザイン態度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態度である。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見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デザイン態度というものがある。本科目ではデザイン態度とは何かを手を動かすワークを通して理解・体感し、身体的に理解いただく。
	杉谷昌彦 ミデモ株式会社 シニアディレクター 東京都デザイン経営スクール 共同監修			授業計画	参考書籍	なし
P 2	デザインと経営 ・デザインを経営に活用するとは	12月12日 (土) 14:00- 17:00	通学	到達目標	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	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

	講義名	日時	学習形態	科 目 内 容			
S T E P 2	ビジネスデザイン ・ビジネスデザインとは ・ビジネスアイデアを創出する	12月19日 (土) 10:00- 13:00	オンライン	到達目標	ビジネスデザインの概念を理解したうえで、ビジネスモデルの類型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を理解する。具体的には、以下の内容を中心に学ぶ。 ● 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する。
	平野幸司 トリニティ株式会社 取締役 DXDキャンプ プロダクトマネージャー 株式会社idealShip 代表取締役			授業計画	第1限 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限 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 ・知的財産とは ・企業の特徴、らしさを価値に繋げる	12月19日 (土) 14:00- 17:00	オンライン	到達目標	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の視点を獲得する。 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。	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限 講義・ワークショップ ・知財マネジメントの目的 ・価値創造メカニズム ・知的財産と「らしさ」 ・「らしさ」を捉える ・「らしさ」の抽出ワーク 第2限 講義・ワークショップ ・「らしさ」をブーストするアクション ・「もうけ」と知的財産権 ・知的財産マネジメントの切り口 ・Jplatpatを使ってみよう！	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）

	講義名	日時	学習形態	科 目 内 容		
S T E P 2	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	12月26日 (土) 10:00- 17:00	通学	到達目標	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	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/

	講義名	日時	学習形態	科 目 内 容			
S T E P 2	プロジェクトマネジメント ・プロジェクトの管理手法	1月9日 (土) 10:00- 13:00	通学	到達目標	本講義では、受講生が以下の状態になることをゴールとして設定しています。 デザイン経営のPMが何を管理する仕事を理解する。 不確実な案件を「説明できる構造」に変換できる。 伴走支援の設計イメージを持ち帰る。 これらを行動計画に替える（プロジェクトマネジメント=PMの習得）。	科目概要	従来型の「やることが決まっている」中でQCD（品質・コスト・納期）を管理するPMとは異なり、デザイン経営では「やってみないと分からない」不確実な状況を扱います。本講義は、不確実な「創造」と確実な「実行」をつなぐことをテーマとしています。不確実性を管理し、創造性を殺さず、かつ経営に説明できるPMの手法を習得し、伴走者としての信頼を生み出すプロジェクト設計を学びます。
	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限 講義/ワークショップ 本講義は、理論のインプットと実践的なワークショップを組み合わせた以下の流れで進行します。 講義①：従来型PMとデザイン経営におけるPMの違い 講義②：2つのモードと2つのPMの並走 講義③：経営への説明装置としてのPM ワークショップ①：PM構造化ワーク ワークショップ②：フィールドワークPMデザイン 第2限 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
	行為のデザイン思考法 ・デザイナーが行うデザイン経営の支援	1月9日 (土) 14:00- 17:00	通学	到達目標	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ことができる。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て支援することができる。	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 一般財団法人大阪デザインセンター理事長			授業計画	第3限 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、 第4限 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

	講義名	日時	学習形態	科 目 内 容		
S T E P 3	対話力・傾聴力 ・対話と傾聴の実践	1月17日 (日) 10:00- 17:00	オンライン	到達目標		科目概要
				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） ・経営者への提案活動における対話力が向上する ・経営者の課題、経営状況、本音を聞きだす質問ができる ・リスニングを基に経営者が納得する提案や説明ができる		この講習では、一方的に説明や提案をするのではなく、経営者ならではの考え方を理解し、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。
	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	1月23日 (土) 10:00- 11:30	オンライン	授業計画		参考書籍
				第1限・第2限 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限・第4限 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		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。
	リーガルリスクマネジメント ・リーガルリスクの管理手法 ・契約交渉	1月23日 (土) 10:00- 11:30	オンライン	到達目標	科目概要	企業活動の多くはリーガルリスクと切っても切り離せません。正しくリーガルリスクの特定・識別、分析・評価、対応、アップデートの手法を理解することで、攻めと守りの両面から経営を的確にデザインしていくことが可能となります。リーガルリスクは「法律」に関するリスクとは限りません。昨今のVUCAの時代、AIの時代に経営をデザインしていく上で必要不可欠なリーガルリスクマネジメントの基礎について解説します。
	前田絵理 Molton株式会社 取締役コンサルティング事業執行役員 日本国弁護士 米国NY州弁護士			授業計画	参考書籍	

	講義名	日時	学習形態	科 目 内 容			
S T E P 3	デザイナーの役割 ・デザイナーと診断士の協業	1月23日 (土) 11:40- 13:10	オンライン	到達目標	デザイナーと診断士の協業の具体的な事例を通じて、協業することのイメージをつかみ、スムーズに協業ができるようになる。	科目概要	本科目は、デザイナーと診断士がそれぞれの役割をお互いに理解し、スムーズに協業できるようになることを目的としています。授業の前半では、デザイナーと診断士の協業のあり方について解像度を高めるために、具体的な事例を解説する講義を行います。授業の後半では、互いの得意なことや苦手なことなどの相互理解を深め、協業することでどのような価値が生まれるか話し合うグループディスカッションを行います。
	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限 講義+ディスカッション 1. デザイナーと診断士の協業事例紹介（45分） 2. デザイナーと診断士の相互理解ワーク（45分）	参考書籍	なし
	デザイン経営の実践 ・実践事例紹介	1月23日 (土) 14:00- 17:00	オンライン	到達目標	本講座の修了生が、実際に企業支援をした実践事例を踏まえて、自分自身に当てはめて、どのような支援の仕方ができるかをイメージすることができる。	科目概要	本講義では、デザイン経営パートナーとして実際に企業支援を行い、成果を創出している修了生が登場します。講義の核となるのは、理論だけでは見えてこない「支援の現場のリアル」です。異なる4つの具体的な実践事例をインプットし、その後、修了生と受講生が交わるディスカッションを展開します。多様なアプローチに触れながら、「自分ならこの場面でどう動くか?」「自分の強みを活かした支援とは何か?」を徹底的に深掘りすることで、講義修了後には自分ならではのデザイン経営支援の具体的なイメージとロードマップを描けるようになることを目指します。
	修了生			授業計画	第2限・第3限 講義および受講者を交えたディスカッション ・修了生による実際の企業支援にまつわる事例共有 ・ディスカッション：紹介された事例それぞれについて、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。 ・振り返り：自分自身に当てはめた場合、どのような支援ができるか」をイメージし、自分ならではの支援スタイルを言語化する。	参考書籍	なし

	講義名	日時	学習形態	科 目 内 容			
S T E p 3	組織の変革 ・組織の存在意義と役割の再定義	1月30日 (土) 10:00- 11:30	通学	到達目標	デザイン経営を推進していくには、その取り組みを受け入れることができるようになるべく、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、その取り組みを成功させる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させることができる。	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を意味するのか、その打ち手の本質は何であったかについて、受講者それぞれが感じたことを全員で、共有、議論することを通じて、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 奥田研究室 主宰 日本知財学会 経営デザイン分科会 幹事			授業計画	第1限 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
	信頼関係の構築 ・デザインの力を活かした対話とヒアリング	1月30日 (土) 11:40- 13:10	通学	到達目標	・人の非言語、暗黙知、無意識の力を理解する ・そこから、課題や潜在ニーズ、インサイトを引き出すことができる仕組みを理解する（デザインリサーチの基礎） ・最終プログラムでのフィールドワークで実践できるようにする	科目概要	支援先の言語化されている課題把握にとどまらず、彼らの組織や個人の非言語の悩みや暗黙知も把握して、支援先の根本的な課題や潜在ニーズ、インサイトを引き出し、信頼関係を構築する力を習得。最終プログラムでのフィールドワークで実践できるようにする
	湯浅保有美 トリニティ株式会社 代表取締役社長 デザイン経営推進機構 ファウンダー＆事務局長			授業計画	第2限 講義 事前講義：30分 ミニ演習 30分 ラップアップ&質疑応答 30分＊事前および事後資料無し	参考書籍	パワーと影響力 ロバートBチャルディーニ インリサーチメソッド10 日経BP社
	デザイン経営の実装 ・デザイン経営プロジェクトの提案・設計	1月30日 (土) 14:00- 17:00	通学	到達目標	座学の総まとめとして、これまで学んだ知識をもとに、支援先において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ことができる。	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3限 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」を深堀するための問いを設計する 第4限 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

	講義名	日時	学習形態	科 目 内 容			
S T E P 4	フィールドワーク ・デザイン経営支援の実践	別途調整 （2月中 に実施予 定）	通学・一部 オンライン	到達目標	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」を見つけ出し、他の受講生と協働しながら、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ができるようになる。	科目概要	企業の表面的な強みではなく、文化や価値観の芯にある「自社らしさ」を洞察し、企業の未来を描く実践講座です。数値や論理の枠を超えた「意味のある問い」を立てることで、経営者に新たな視点を与え、内発的動機に基づく未来を共創する「デザイン経営パートナー」としての伴走力を習得します。特に中間プロセスでは、結論を出す前の「考え始めている状態」をあえて言語化・共有し、デザイン経営の視点から自身の解釈を問い直すことで、提案の解像度を一段引き上げます。
	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	1.オリエンテーション（事実の読み込みと価値仮説の構築） ローカルベンチマーク等の資料から数字の背景にある背景を読み解き、チーム内での対話を通じて、企業の「らしさ」に関する初期の価値仮説を組み立てる。 2.準備ワーク（観察視点と「問い」の設計） チームメンバーそれぞれの専門性を活かし、現場で「らしさ」を確かめるための観察ポイントと、価値を発掘するための「意味のある問い」を具体的に設計する。 3.企業訪問（現場の洞察と価値観への共感） 工場見学や対話を通じ、現場にしみ出る言葉にならない「らしさ」を五感で捉える。事実と気づきをチーム全員で収集し、その背景にある企業の価値観に深く共鳴（共感）する。 4.構造化ワーク（チームによる気づきの言語化と整理） 訪問でメンバーそれぞれが「見た・感じた・考えた」断片的な情報をチーム内で突き合わせ、共通の言葉に落とし込む。 5.中間発表（思考の同期とデザイン経営視点での修正） 結論を急がず、現在の「考え始めている状態」をチーム外へ共有する。デザイン経営の原則に照らし、解釈の浅さや思考のズレを客観的に見つめ直すことで、提案の質を磨き上げる。 6.最終発表会（未来への提言と伴走スタンスの表明） 自社らしさを起点としたビジネスデザインを提案する。正解を提示するだけでなく、企業の未来を見据えた「意味のあるテーマ」と、今後どう伴走していきたいかというチームの姿勢を経営者に伝える。	参考書籍	なし

※1コマ90分、全41コマ