

# 企業や人材の 創造性を高める デザイン思考

回答 ADVICE



CCCコーディネーター  
インタープランニング(有)  
コンセプトディレクター

とみやま たつあき  
富山達章 さん

**Q** 市場が成熟化し、企業の売上げが頭打ちになるなかで、ビジネスの創造性を高めるには、どんな考え方で取り組んだらよいですか？

## 成長が難しい時代に

市場の成熟、コモディティ化などなど。今までの技術やサービスの改善や改良では、ビジネスを安定的に成長させることが難しい時代になってきました。

「デザイン思考」はこのような時代に、企業や事業・商品・サービスを「イノベーション」する考え方として広がってきています。「デザイン」という言葉を使っていますが、経営、総務、経理、営業、製造、サービス、技術などなど、あらゆる職種で応用できる考え方なのです。

## 広義のデザイン 狭義のデザイン

狭義のデザインとは、広告やプロダクト・建築・服飾・美術などの分野で、クリエイティブな思考でカタチをつくりあげていくことを言います。

広義のデザインとは、あらゆるビジネス（職種）において、デザイナーのように、クリエイティブな思考で、ビジネスに取り組み、今までにないような新しい価値や世界をつくりあげていくことを言います。「デザイン思考」は、広義のデザインを意味しています。

## ビジネスに イノベーションをかける デザイン思考

デザイン思考は、まずは「人間中心」を原則として、対象が本質的に必要なものは何か？心の底で望んでいる課題が何かを探りだします。

次に、本質的な課題がみつかったら、その課題を解決するためにブレインストーミングをおこないます。

ここで大切なことは、「アイデアの量」「ばかばかしいアイデアでも積極的に出す」ことです。一般的な話し合いでは改善・改良的な発想になってしまいがちですが、思いがけないアイデアを交わし合うことで、イノベーションにつながる発想が生まれるのです。

その次は「プロトタイプ（高速で繰り返し試してみる）」です。思いがけないアイデアは、時にはリスクが大きい場合があります。身近なものを使って簡単に試すことで、改善も加わり、リスクも少なくなつてきます。

ポイントは、これらのプロセスを「面白がつて取り組む」ことで、より

いいアイデアが浮かぶようになるでしょう。

**思考や手法は、あくまでもひとつの考え方**

ビジネスのプロセスの中には、○○○手法や○○○思考という、さまざまやり方があります。デザイン思考もそのひとつです。前にあげたプロセスは、おおまかな流れです。インターネットや専門書ではもつと詳しく解説されていると思います。

ただ、これらの手法はあくまでも基本的な手法なので、この手法自体の本質を理解しながら、自社、部署、チーム等の特性を理解しながら、独自性のある手法にしていくことが大切です。

## POINT

- 人間中心を原則に本質的な課題が何かを探りだす
- 思いがけないアイデアを交わし合い試しながら改善