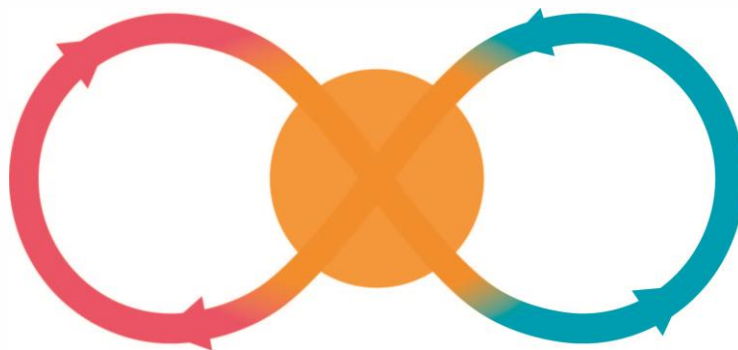


デザイン経営コンパス Ver.2

活用ガイド



2024.7



本資料の構成

1. はじめに …… P.3
2. 活用ガイド …… P.7

1. はじめに

- (1) 「デザイン経営コンパス」を活用いただく前に
- (2) 「デザイン経営コンパス」の構成
- (3) 「デザイン経営コンパス Ver.1」からの改良ポイント

(1) 「デザイン経営コンパス」を活用いただく前に

- 「デザイン経営コンパス」は、以下のハンドブックに示すデザイン経営の考え方を基に作成した、デザイン経営実践支援ツールです。このツールを使用される前にハンドブックの一読をおすすめします。



[『中小企業のためのデザイン経営ハンドブック
みんなのデザイン経営』](#)



[『中小企業のためのデザイン経営ハンドブック2
未来をひらくデザイン経営×知財』](#)

(2) 「デザイン経営コンパス」の構成

- 「デザイン経営コンパス Ver.2」は、「活用ガイド」「ワークシート」「ワークショップ進行スライド」の3つの資料で構成されています。
- デザイン経営コンパスを活用したワークショップを設計する際には、「ワークショップ実施レポート」も参考にしてみましょう。
- いずれの資料も[特許庁のウェブサイト（デザイン経営実践支援ツール「デザイン経営コンパス」）](#)からダウンロードが可能です。

「デザイン経営コンパス Ver.2」

「活用ガイド」



- 基本的な活用方法を紹介したガイド。
- まずはこの資料をご一読ください。

「ワークシート」



- 活用ステップごとのワークシート。
- 改変も推奨しています。

「進行スライド」



- ワークショップ実施者向けの進行スライドのひな形。
- 進行用のセリフ例も掲載しています。

「ワークショップ実施レポート」



- 5地域で開催したワークショップのレポート。
- ワークショップ設計・運営の参考にしてください。

(3) 「デザイン経営コンパス Ver.1」からの改良ポイント

- 「デザイン経営コンパス Ver.2」(活用ガイド、ワークシート、ワークショップ進行スライドの3つの資料で構成)は、2023年7月に公表した「デザイン経営コンパス」を一部改良したものです。
- 主な改良ポイントは以下のとおりです。

改良ポイント ①

3つの到達目標を想定し、それぞれに標準プログラム(所要時間60分、120分、240分)を用意しました。

- 活用ガイド「(4)「デザイン経営コンパス」の活用 ③プログラムと到達目標」
- 進行スライド(①60分コース、②120分コース、③240分コース)

改良ポイント ②

デザイン経営の実践に向けた社内の相互理解やアクションの検討を促すためのシートとワークを追加しました。

- ワークシート「STEP 1-3 現状把握(分析)」

改良ポイント ③

デザイン経営への理解をより深められるよう、「デザイン経営ハンドブック2」等を活用した進行設計を施しました。

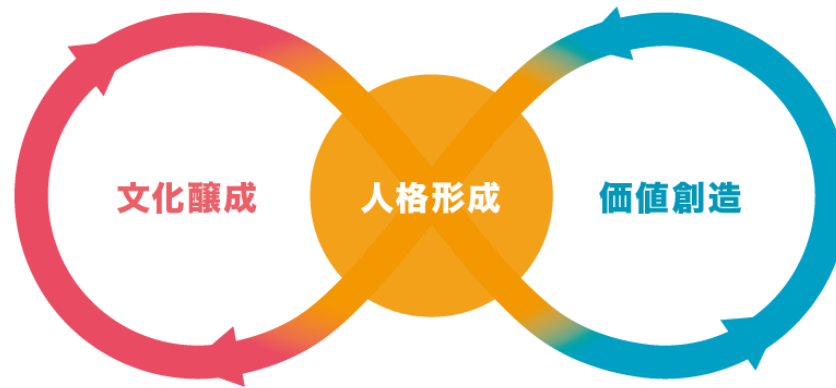
- 進行スライド「③240分コース 2-3 発散のための情報収集」
- 進行スライド「③240分コース 2-3 実践アイデアの発散」

2. 活用ガイド

- (1) 「デザイン経営コンパス」とは？
- (2) ユーザーと活用の目的・場面
- (3) 「デザイン経営」とは？
- (4) 「デザイン経営コンパス」の活用
- (5) ワークショップ設計・運営時のポイント

(1) 「デザイン経営コンパス」とは？

- 「デザイン経営コンパス」は、自社の現状を「デザイン経営」の視点（人格形成、文化醸成、価値創造）で振り返り、これからの取組の方向性を検討していただくための支援ツールです。
- 活用ステップは、「現状把握」「深掘り・発散」「活動検討」の3ステップです。



STEP 1

現状把握

WORKSHEET STEP1-2 現状把握 (可視化)

● STEP1-2で採集した「申請書」ごとの身体検査結果レポートに反映させます。
● レポートワークシートは複数存在し、該当の「検査」を「採集」し、重複を排除します。
「採集」→「スキャンの近い項目」→「スキャンの近い項目」

※ Microsoft Excel環境でワークシートを印刷し、STEP1-2のワークシートに貼り付けます。

申請書レポートワークシート

STEP 2

深掘り・発散

STEP 3

活動検討

(2) ユーザーと活用の目的・場面

- 「デザイン経営コンパス」の想定ユーザーと活用の目的・場面です。

ユーザー	自社の変革に挑戦したい 企業の皆さま※	企業の変革を後押ししたい 支援機関・支援者の皆さま
目的	<ul style="list-style-type: none">● 自社の取組の見直し● 経営者と従業員の対話促進● 今後の取組の検討	<ul style="list-style-type: none">● 企業との対話促進● 今後の支援施策検討● 支援施策の効果把握
場面	<ul style="list-style-type: none">● 社内での勉強会やミーティング● 経営計画の策定時● 事業承継の検討時	<ul style="list-style-type: none">● セミナーやワークショップ● 伴走支援等の前後

※ 特に以下のような課題を抱えている中小企業の皆さま

会社の軸を見直したい

新規事業を作りたい

販路を広げたい

下請けから抜け出したい

優秀な人材を採用したい

会社の空気を変えたい

(3) 「デザイン経営」とは？ ①取り組む意義

- 近年、社会課題の複雑化、新しい技術の登場、国内の市場や労働力の縮小、そして人々の価値観や行動の変容など、企業を取り巻く環境は大きく変化しています。
- こうした変化の荒波を前向きに乗り越えていく上で、徹底的に「人間」に向きあい、企業のブランド力やイノベーション力を向上させる経営手法である「デザイン経営」の重要性が高まっています。
- デザイン経営は、以下の図のとおり、「人格形成」を軸にした「文化醸成」と「価値創造」の循環的な営みとして捉えることができます。

<デザイン経営の好循環モデル>



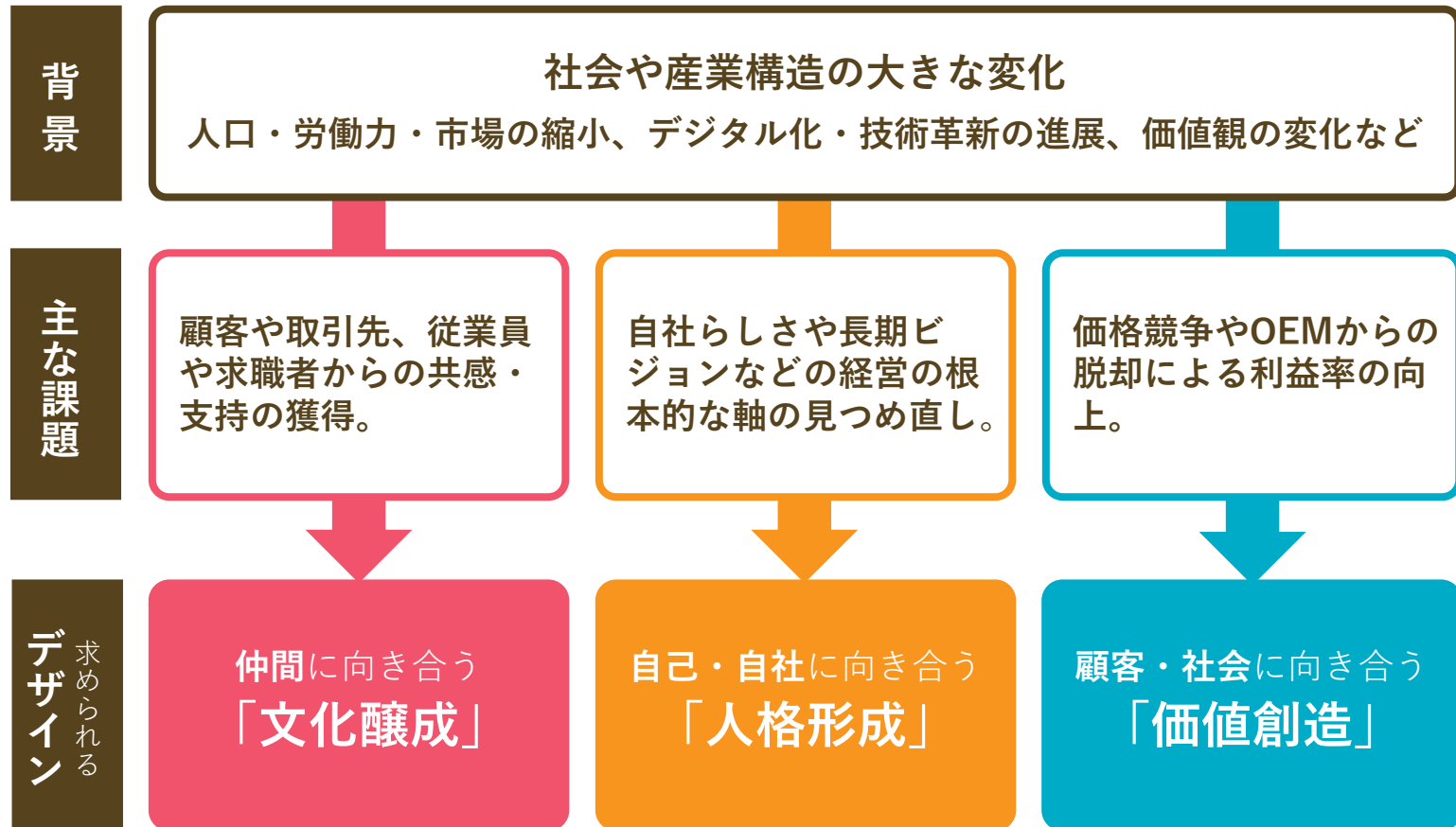
自社の想いや自社らしさを、
顧客や社内外の仲間に伝え、
共感と共創の土壌を形成する営み
→ 「仲間」に向き合う

自社の想いや自社らしさを
明確にし、未来の自社の姿を
構想する営み
→ 「自分」に向き合う

自社の想いや自社らしさと
顧客や社会のニーズを基に、魅力ある
製品やサービスを創出する営み
→ 「顧客と社会」に向き合う

(3) 「デザイン経営」とは？ ①取り組む意義（補足）

- 企業の課題とデザイン経営における3つのデザインは、以下のように整理することができます。



(3) 「デザイン経営」とは？ ②実践：デザインアクション

- 「デザイン経営」を実践するための最初の手がかりとなるのは、人格形成・文化醸成・価値創造に対応する「9つのデザインアクション」です。
- どんな企業も何かしらのアクションに取り組んでいるはずですが、自社の取組について意識的に考えてみたことはあるでしょうか？

< 9つのデザインアクション >



想いを社内外に伝える
COMMUNICATION



自社の個性を見つめ直す
IDENTITY



顧客と社会のニーズを探る
INSIGHT



社員の意欲と能力を引き出す
EMPOWERMENT



存在意義を深掘りする
MISSION



試行錯誤を繰り返す
PROTOTYPING



共創する仲間をつくる
COLLABORATION



将来のありたい姿を描く
VISION

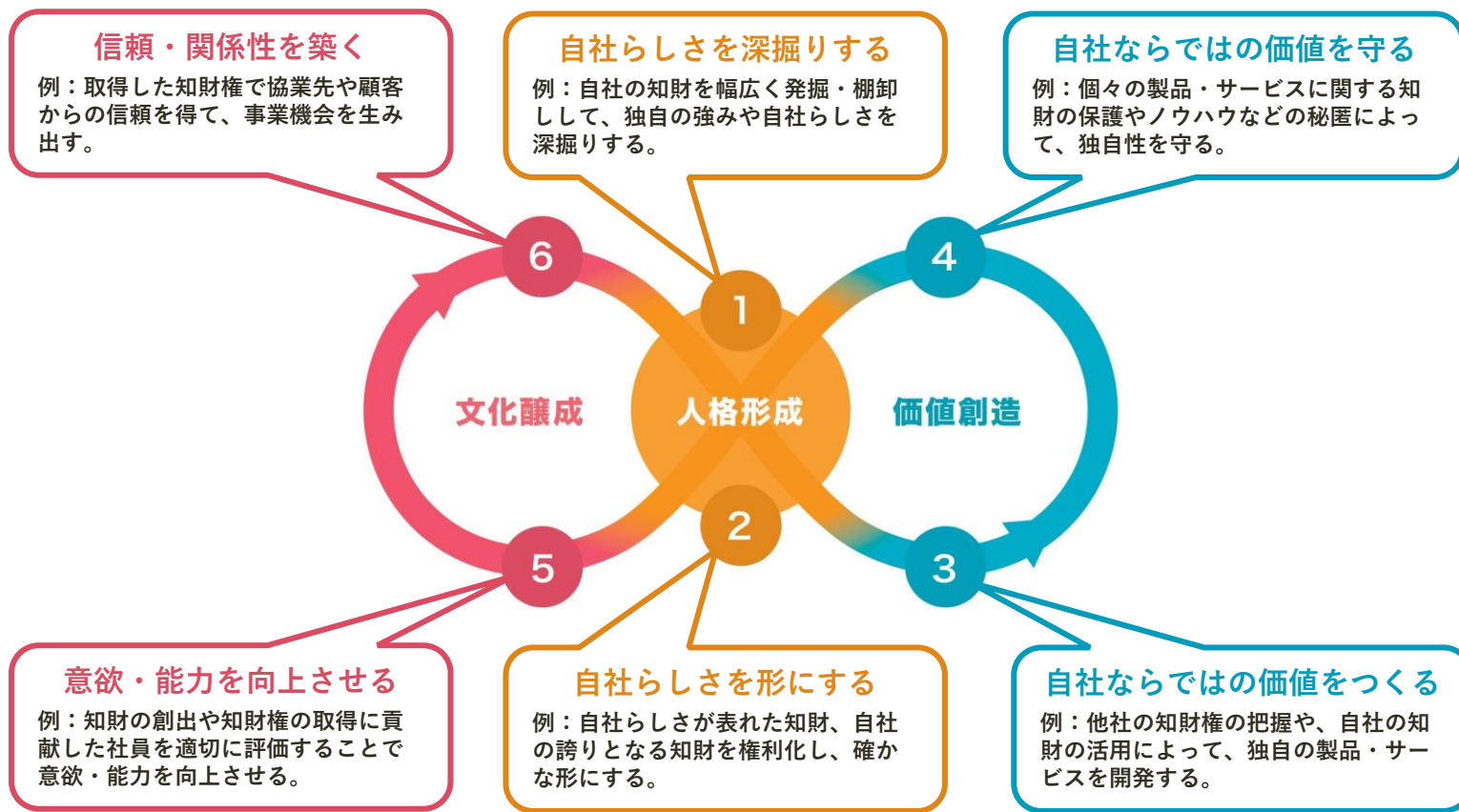


心を込めて届ける
GIFT

(3) 「デザイン経営」とは？ ③実践：知財アクション

- デザイン経営は、“自社固有の経営資源”としての知的財産（知財）に目を向けた活動によって強化することができます。以下の「6つの知財アクション」は、社内外にさまざまな形で作用します。

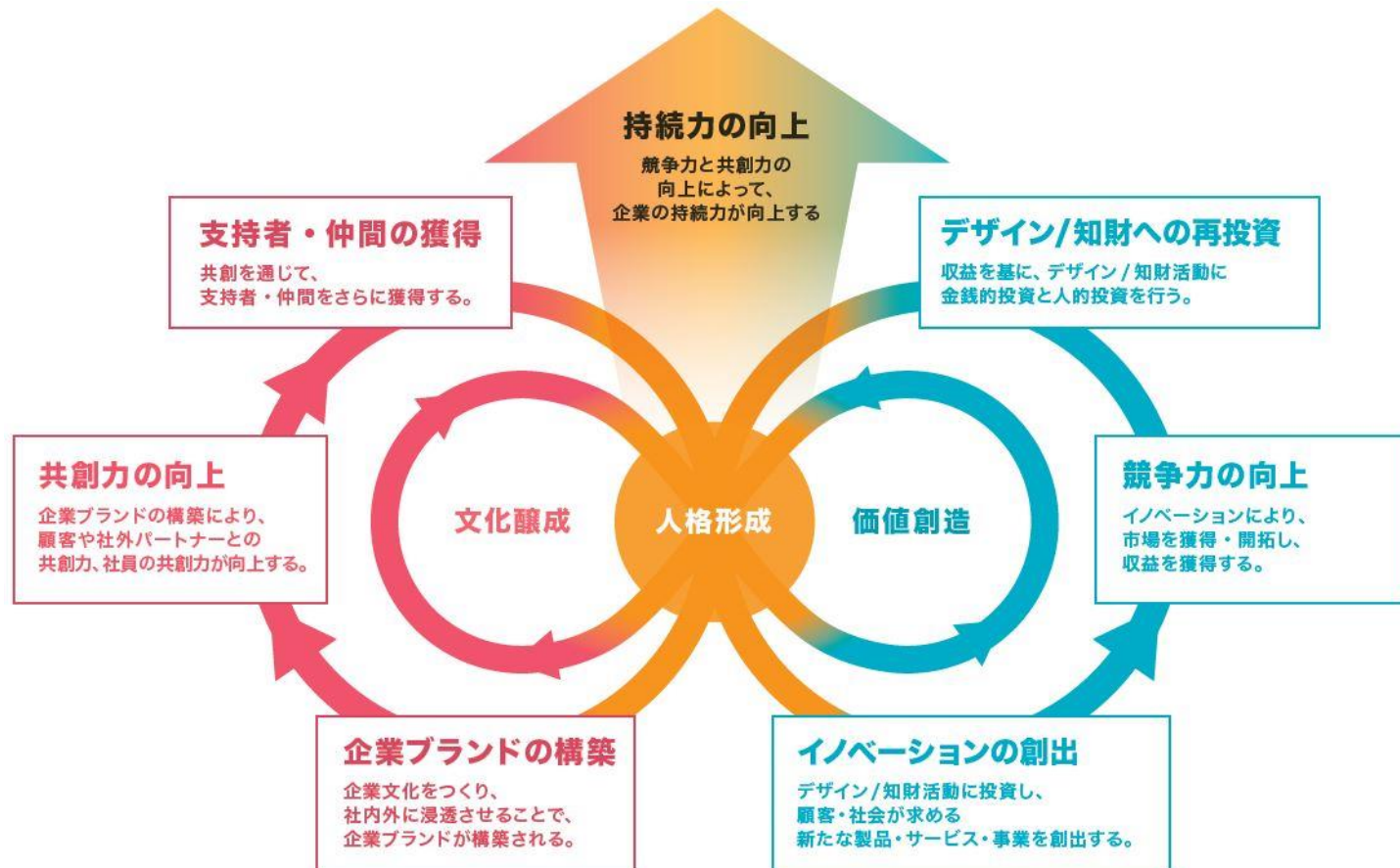
< 6つの知財アクション >



(3) 「デザイン経営」とは？ ④期待される効果

- デザイン経営の実践は、企業ブランドの構築やイノベーションの創出をはじめ、さまざまな効果をもたらし、企業の共創力と競争力、そして持続力の向上に寄与します。

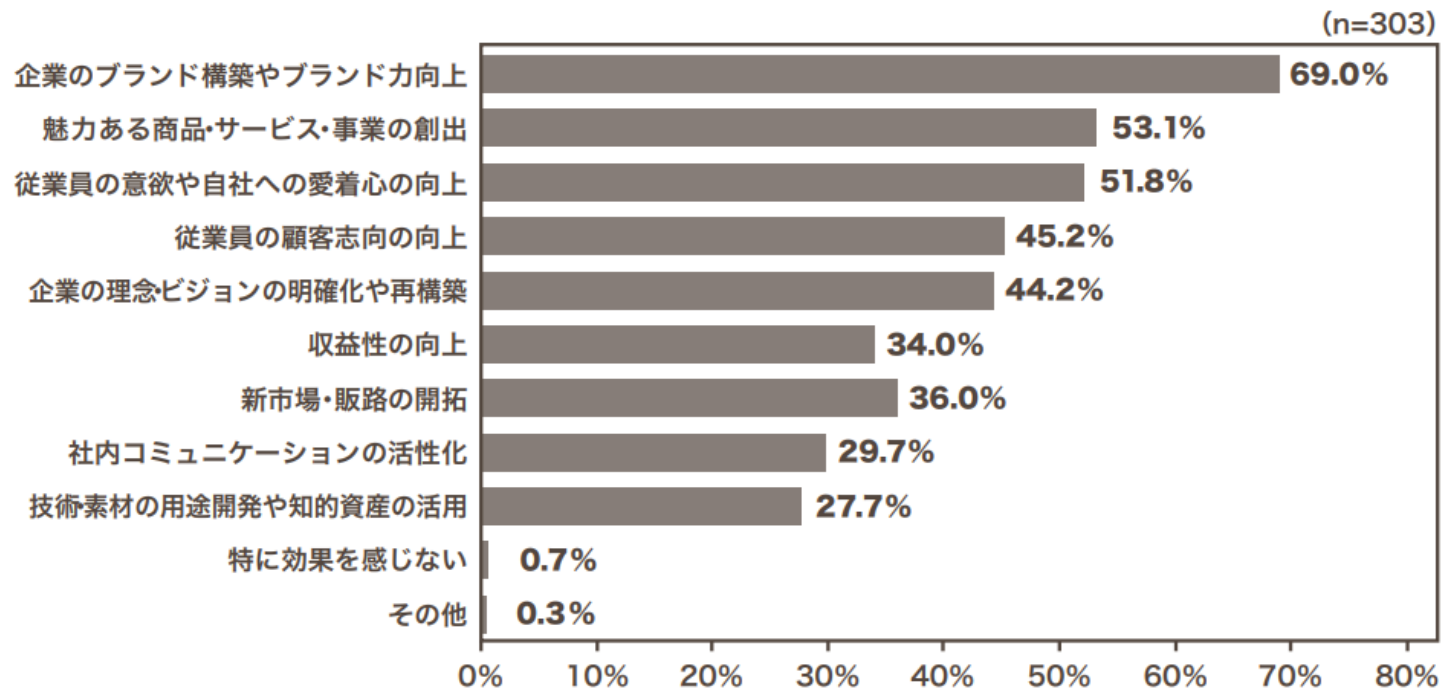
<デザイン経営に期待される効果>



(3) 「デザイン経営」とは？ ⑤グラフで見る効果

- デザイン経営が定着している中小企業が回答した「デザイン経営による効果」を見ると、ブランドの構築やイノベーションの創出、ビジョンの明確化のほか、従業員の愛着心や顧客志向の向上など、さまざまな効果が見られます。

< デザイン経営による効果 >



資料：(株東京商工リサーチ中小企業の経営理念・経営戦略に関するアンケート)

(注)1.複数回答のため、合計は必ずしも100%にならない。

2.デザイン経営について「既に取り組み定着していると回答した企業を集計対象としている。

出典：中小企業庁「2022年版中小企業白書」

(3) 「デザイン経営」とは？ ⑥中小企業などの取組事例

- 特許庁が2023年に発行した『[中小企業のためのデザイン経営ハンドブック 2](#)』では、中小企業による実践事例と支援機関・企業による支援事例を紹介しています。



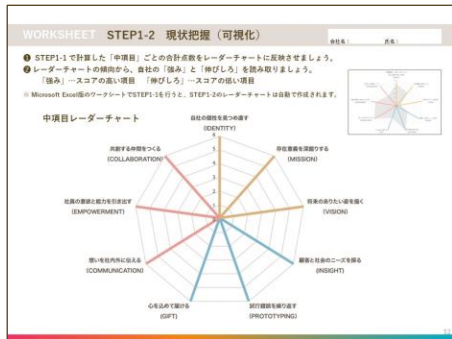
(4) 「デザイン経営コンパス」の活用 ①活用の3ステップ

- 以下の3ステップのワークに取り組むことで、デザイン経営の視点で自社の“伸びしろ”を知り、今後考えるべきことや、取り組むべきことを検討することができます。

STEP 1

現状把握

「現状把握のための問い」に
選択回答し、レーダーチャート
で現状を把握



STEP 2

深掘り・発散

STEP1の結果を踏まえ、
「深掘り・発散のための問い」
に文章で回答

STEP 3

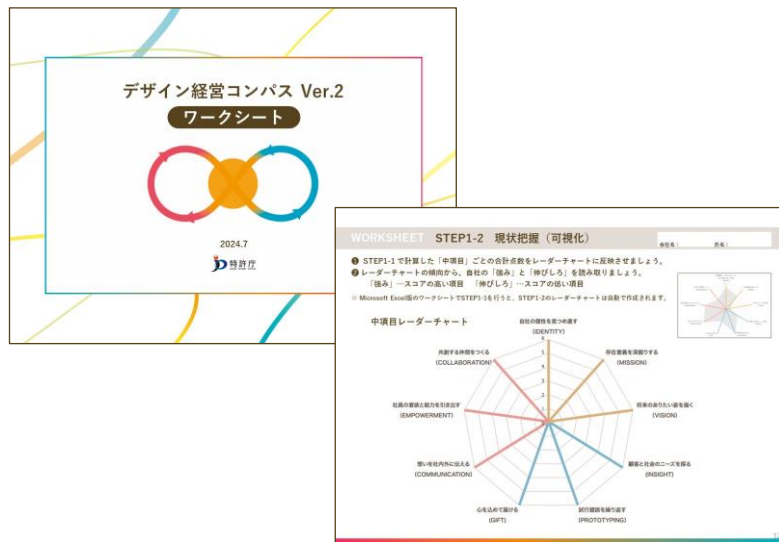
活動検討

STEP1、2を振り返り、
これから取り組むべき
アクションを検討

(4) 「デザイン経営コンパス」の活用 ②ワークシートと進行スライド

- デザイン経営コンパスの「3ステップ」に対応した「ワークシート」と、ワークショップ用の「進行スライド」を用意しています。
- [特許庁のウェブサイト（デザイン経営実践支援ツール「デザイン経営コンパス」）](#)からダウンロードし、必要に応じて改変してご活用ください。

ワークシート



- デザイン経営コンパスの活用ステップごとのワークシート。
- 改変も推奨しています。

ワークショップ進行スライド



- ワークショップ実施者向けの進行スライドのひな形。
- 進行用のセリフ例も掲載しています。

(4) 「デザイン経営コンパス」の活用 ③プログラムと到達目標

- ワークショップの標準的なプログラムと到達目標を以下に例示します。
- プログラムの構成は、この例に限らず、必要に応じて柔軟にご検討ください。

60分コース

デザイン経営コンパスに記入のみ
* 1社で実施する場合など

STEP0 主旨説明 10分

STEP1 現状把握 15分

STEP2 深掘り・発散 25分

STEP3 活動検討 10分

120分コース

デザイン経営についての解説や参加者同士の共有を行う

STEP0 主旨説明
自己紹介など 20分

STEP1 現状把握 20分

STEP2 深掘り・発散 30分

STEP3 活動検討 20分

STEP4 意見交換・質疑 30分

240分コース

参加者の対話を促し、社内の相互理解や具体的な取組内容の検討を行う

STEP0 主旨説明
自己紹介など 20分

STEP1 現状把握 15分
対話と課題整理 20分

STEP2 深掘り・発散 30分
情報収集 35分
意見交換・発散 60分

STEP3 活動検討 20分

STEP4 意見交換・質疑 30分

* 途中、10分間程度の休憩を挟みます。

- デザイン経営の取組について
大まかにイメージが掴める

- デザイン経営についての理解
が深まる
- 今後の取組について、いくつ
か案が生まれている

- 経営者と社員の間に問題意識
や課題の相互理解が深まる
- デザイン経営を推進するため
の取組が具体的になる

(5) ワークショップ設計・運営時のポイント ①設計

<ワークショップ設計のポイント>

デザイン経営コンパスを活用して、
社内での相互理解が深まり、
次にとるべきアクションが明確になるプログラム
を提供することで、参加者の満足度や推奨度が高まり、
デザイン経営の理解・実践につながる。

特許庁が発行した「2023年度 デザイン経営コンパスワークショップ実施レポート」では、5つの自治体・支援機関等と共催したワークショップの実施事例を掲載していますので、ワークショップを設計する際の参考にしてください。レポートは、[特許庁のウェブサイト（デザイン経営コンパス）](#)からダウンロード可能です。



(5) ワークショップ設計・運営時のポイント ②運営：場づくり/心構え

< 「場づくり/心構え」のポイント >

「リラックスした雰囲気」をつくる。

- 本音で取り組んでもらうことが「自社の伸びしろを知る」ことにつながります。
- 本ワークは他者からの判定を目的としたものではないこと、他社と比較競争するものではないことをワーク開始前に参加者に伝えましょう。

「正解は一つではない」ことを伝える。

- デザイン経営や知財活用の入口は各社それぞれなので、一つの正解はないことを伝えましょう。
- また会社の状況は常に変わるので、今回のワーク成果が絶対ではないことも伝えましょう。

「評価者」ではなく「伴走者」になる。

- ワーク参加者を評価するスタンスになってしまうと、参加者は本音でワークに取り組みにくくなってしまいます。
- 参加者に伴走し、後押しをするスタンスで運営しましょう。

参加者自身にも「ゴール」を考えよう。

- 本ワークが有意義なものになるよう、参加者自身にもゴールイメージを設定してもらいましょう。(例：■■さんは、本ワークの最後にどんな状態になりたいのでしょうか？どんなことが分かっていたらよいでしょうか？)

参加者同士をつなぎ「相互作用」を促す。 ※次ページのヒント参照

- 参加者は、デザイン経営を推進する仲間です。異なる視点や考え方を取り入れながら検討を進めるよう、参加者同士の交流を促しましょう。
- STEP1では、参加者同士で現状を共有することで、自社を客観視しやすくなります。また、STEP2や3では、意見交換しながらアイデアを出し合うことで、取組の具体化に役立ちます。

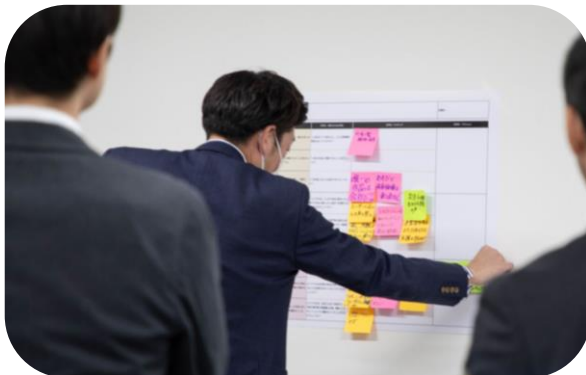
(5) ワークショップ設計・運営時のポイント ②運営：場づくり/心構え

<補足：相互作用を促す「場づくり」のヒント>

アイスブレイクを実施して
参加者の緊張をほぐす



会社や立場を超えて
ブレインストーミングを実施



アイデアを可視化し、意見交換しやすい
環境をつくる



各グループに対話を促す
グループファシリテーターを配置



(5) ワークショップ設計・運営時のポイント ②運営：声のかけ方

<参加者への「声のかけ方」のポイント>

参加者の「考える時間」をつくる。

- 本ワークは参加者に「悩み考えてもらう」ことが重要です。手が止まっているような時は、つい声をかけたくくなりますが、頭の中で試行錯誤しているのかもしれませんが、すぐに声をかけるのではなく、少し待ってみましょう。

「なぜ」ではなく「なに」を問いかける。

- 「なぜ（理由）」の質問は、詰問や追及と受け取られる可能性があり、考えを狭めてしまいがちです。「なに（状況/事実）」の質問にすることで、参加者は考えを拡げやすくなります。
- 例：（×）なぜ、書けないのですか？→（○）なにが、書きにくいのですか？

「決めつけ」は控える。

- 本ワークは参加者が「自分ごと」として「自分の考え方」で取り組んでもらうことが重要です。
- 「こうですよね」という決めつけや「こうしたらよい」という断定的なアドバイスは、こちらの考えの押しつけになりかねないので、控えましょう。

参加者の「壁打ち役」になる。

- 参加者の考えを拡げ深めるため、参加者にたくさん話してもらうための投げかけを意識して行いましょう。
- 例：ほかにどんなことがありますか？／この観点から考えてみてはいかがですか？／あの人の立場から考えてみてはいかがですか？／どのような経験からそう思われましたか？

「安心感」を生み出す。

- 参加者が人前で本音を書くことに慣れておらず緊張している様子が見られた時には、以下のように声をかけるなどして、安心して取り組んでいただきましょう。
- 例：すべて埋めなくても構いませんよ。書けるところから書いてみましょう。

「デザイン経営コンパス Ver.2 –活用ガイド–」

2024年7月発行

【発行者】

特許庁

【問い合わせ】

特許庁デザイン経営プロジェクトチーム
PAdesign.project@jpo.go.jp

【特許庁デザイン経営プロジェクト特設ページ】

特許庁はデザイン経営を推進しています。
https://www.jpo.go.jp/introduction/soshiki/design_keiei.html

