

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 27 年 6 月 18 日現在

機関番号：12613

研究種目：基盤研究(B)

研究期間：2012～2014

課題番号：24402028

研究課題名(和文)新興国市場への日本のデザインビジネス輸出の実証研究

研究課題名(英文)Empirical Studies of Exporting Japan's Design Business to Emerging Countries

研究代表者

鷲田 祐一(WASHIDA, Yuichi)

一橋大学・大学院商学研究科・准教授

研究者番号：80521286

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 11,500,000円

研究成果の概要(和文)：日本のデザインの海外輸出という実務に対する実証研究を通じて、デザインと経営という分野の融合によるイノベーション創出の可能性について、数多くの知見を残した。また書籍や論文の発表も十分に実施した。各種の受賞も実現し、社会に大きな影響を与えることができた。研究を通じてデザイン実務家・デザイン研究者と企業経営者や経営学研究者の交流も多数実現できた。さらに、日本・米国・中国のデザイン実務家への実態比較調査も実施し、類似研究が少ない有益な知見を生み出すことができた。

研究成果の概要(英文)：Through empirical studies for the practice of overseas exports of Japanese design, about the possibility of innovation through the integration of the field of design and management, it left a lot of knowledge. The books published and papers also can be carried out fully. Various award to be realized, it was possible to have a major impact on society. Through this research, exchange of design practitioners, design researchers, business management, and science researchers were also achieved. In addition, the empirical comparative surveys to Japan, the US and Chinese design practitioners also conducted, it was possible to produce useful knowledge which former studies is not much.

研究分野：経営学

キーワード：デザイン イノベーション マーケティング 経営

1. 研究開始当初の背景

日本のビジネス実務において「デザイン思考」という考え方の流行などの影響で、ものづくりにおけるデザインの重要性がさかんに議論されるようになったのは2000年代中ごろであるが、それからは約10年が経過した現在も、残念ながら日本企業の経営にデザインの力が十分に活かされるようになったとは言い難い。これは精神論や流行では解決できない、もっと構造的なものであるということを示唆している。

いっぽう、学術研究の領域では昨今、建築デザイン学、プロダクトデザイン学など工学領域において、エスノメソドロジーを用いた研究が増えており、それらの成果や試みを実社会に適用するにあたっては、新興国など、わが国とは違う社会構造・文化背景を持つ市場への適用・輸出が有望であろう、という期待が高まってきている。

2. 研究の目的

実際に日本のデザインが、実務においてどのように新興国の社会に適用・輸出されるのか、について、学術と実務の両面からの実証的な考察と検証をする。それらを通じて、「デザイン産業の輸出が、イノベーションの普及伝播にも寄与するのではないか」という産業界で議論されている仮説の検証を狙う。

具体的には、中国における日本人建築家のビジネス現場を仔細に観察調査することを通じて、日本と中国の産業構造や企業組織構造に根ざした差異に起因するビジネス展開の困難さを検証・分析し、日本のデザインビジネスの隠れた特徴を理解する。

あわせて、デザインビジネスとの関係が深い伝統工芸産業の海外展開についても調査・検証を実施し、日本のクリエイティブ産業全体に横たわる構造的問題を理解する。

3. 研究の方法

中国に進出している日本人デザイナーの実務現場への参与観察調査、国内外デザイナーおよびデザイン産業・伝統工芸産業の有識者へのヒアリング、日米中デザイナーへの量的調査。具体的には以下のとおり。

デザイナーへのヒアリング：

- ・(株)我戸幹男商店 (2012年3月22日)
- ・福井工業大学 安嶋諭准教授 (2012年3月22日)
- ・鎚木商舗 鎚木基由氏 (2012年3月22日)
- ・大樋焼本家十代長左衛門窯 大樋年雄氏 (2012年3月22日)
- ・「日経デザイン」編集長 下川一哉氏 (2012年7月2日)
- ・株式会社GKデザイン機構元社長 田中一雄氏 (2012年7月6日)
- ・(株)トリニティ社長 湯浅保有美氏 (2012年7月9日)
- ・JIN KURAMOTO DESIGN社代表 倉本仁氏 (

2012年7月11日)

- ・上海梅龍伊勢丹百貨有限公司シニアマネージャー 繁田穰氏 (2012年7月11日)
- ・窪田建築都市研究所代表 窪田茂氏 (2012年7月12日)
- ・くらしの良品研究所代表 土谷貞雄氏 (2012年7月17日)
- ・元経産省クリエイティブ産業課・慶應義塾大学SFC研究所上席所員(訪問) 三原龍太郎氏 (2012年7月20日)
- ・CRC世研社長 安田玲美氏 (2012年7月21日)
- ・株式会社グランマ代表 本村拓人氏 (2012年7月23日)
- ・北陸先端科学技術大学院大学知識科学研究科 永井由佳里教授 (2012年7月25日)
- ・Shanghai RID (上海瀧屋装飾設計有限公司)社長 小川訓央氏 (2012年7月25日、2013年7月27日)
- ・中国美術学院国際教育学院副院長 Jin Zhilin氏 (2012年7月26日)
- ・中国社会科学院主任研究員 劉志明氏 (2012年7月27日)
- ・(株)東芝デザインセンターデザイン統括部部長 小内克彦氏 (2012年8月6日、8月17日)
- ・富士通株式会社マーケティング改革プロジェクト室シニアバイスプレジデント 加藤公敬氏 (2012年8月9日)
- ・日本デザインセンター代表 原研哉氏 (2012年8月14日)
- ・(株)博報堂デザイン社長 永井一史氏 (2012年8月17日)
- ・& DESIGN社代表 宮沢哲氏 (2012年8月20日)
- ・NAOTO FUKASAWA DESIGN代表 深澤直人氏 (2012年8月30日)
- ・日本ユニシス金融第一事業部金融企画部ビジネス開発室長 山本英生氏 (2012年9月19日)
- ・SAKO建築設計工社社長、迫慶一郎氏 (2012年9月26日)
- ・武蔵野美術大学デザイン情報学科 井口博美教授 (2012年12月18日)
- ・九州大学芸術工学研究院 清須美匡洋教授 (2013年2月18日)
- ・エリクソン消費者研究所エキスパート Michael Björn氏 (2013年4月17日)
- ・IKEA シニアデザイナー、Knut Hagberg氏・Marianne Hagberg氏 (2013年4月18日)

参与観察調査：

北京で活躍する日本人建築家の迫慶一郎氏が実施した「北京素像」の業務について建設現場に参与観察を実施し、日中の業務遂行の差を検証。

日米中デザイナーへの量的調査：

日本での調査は、二段階で実施され、2013年3月11日から22日に予備調査、同4月4日から7日に本調査が実施された。予備調査では、(株)日本リサーチセンターの全国インターネット調査パネルの登録者に対して、自身の職業が、プロダクトデザイナー、グラフィックデザイナー、インタラクティブデザイナー、建築家、建築デザイナー、インテリアデザイナーのどれかに該当する人(インハウスか独立系かは問わず)を募った。その結果、全国各県から743人の該当者を発見することができた。そこで本調査では、この743人を母集団としてウェブ・アンケート調査を送付し、534サンプルの回答を得た(回収率71.9%)。

米国と中国についても同様の手続きを経て、2014年3月23日~3月25日(中国)3月31日~4月2日(米国)で実施した。ただし、米国と中国の予備調査ではデザイナーだけではなく有職者全体を母集団としたため、母集団数が非常に大きくなった。そのため、本調査において回答者が確実にデザイナーであることを担保するスクリーニング質問を設定し、かつ回答期間を3日と定め、その期間中に回収できたもののみを有効回収サンプルとした。有効回収数は中国では133サンプルで回収率は4.21%、米国では127サンプルで同1.76%であった。質問は3か国とも同様のものとし、国ごとに母国語を用いた。

4. 研究成果

日本のデザイナーという職能は、経営者やエンジニア、あるいはマーケッターとは明らかに違う教育体制の中で育成され、社会の中で、あるいは企業組織の中で独自の役割を担ってきた。そしてデザインという創造行為は、国境を越えて技術や商品に込められた知恵や効用を伝えることができるものであり、それをうまく経営に活かしている企業は大きな成功を収めていることも検証した。デザインは、確かにイノベーションを伝えることができる創造行為であり、デザイナーは、デザインをするという行為を通じて、広く生活者に対して、さかんにイノベーションを起こそうと試みている人々であることも検証できた。経営学・マーケティング学研究への学術的貢献は、一定程度達成できた。

さらに、昨今注目されている「デザイン思考」という概念が、経営学・マーケティング学・あるいはデザイン学・人類学・情報学・認知科学などの間で、どのような位置づけの概念であるかについても考察ができた。「デザイン思考」を導入すれば経営者がデザインを理解できるようになる、と主張するような先行研究も散見されるが、それは正しいとは言えない。むしろ大切なことは、「デザイン思考」について考察をすることによって、昨今の日本の経営者がなぜデザインについて過度に軽視する傾向に陥っているのか、とい

うより大きな問題を浮き彫りにすることができたことに意義がある。

かつてよりも国際的な競争力が弱まったとされる日本の大企業においては、たしかにデザインという要素が十分に活かされていない。経営層人材とデザイナー人材の間で起こってきた齟齬は、一概にどちらかが悪いという問題ではなく、戦後の日本経済の発展の中で徐々に形成されてきてしまったものと言うべきで、その是正もまたそれほど容易なものではないと結論された。

デザインという要素には本来、国境を越えて、文化や人間の生活に根ざしたイノベーションを伝える力がある。しかし日本のデザイナーの多くは、他国との間に存在する産業構造や商習慣の壁に阻まれて、思うように海外で活躍できていない。また製造業においても、戦後の日本が培ってきた日本型の産業構造の中で、インハウスデザイナーの多くが、デザインの本来の国境突破力を発揮しにくい組織機能の中に押し込められてしまっている。言い換えれば、「国境の壁」の正体は文化の差ではなく、産業構造や商習慣の差であると言える。日本の様々な産業に広く見られる組織構造には、デザイナーや職人の作家性を押し殺して、匿名性を必要以上に重んじる組織風土や、主観的なひらめきを否定し科学的論証に根ざした美しさだけを重視する姿勢、あるいは伝統や手作りという言葉の裏に隠された非効率性をなかなか是正できない惰性、しかし逆に本当に日本の文化や生活に根ざした工夫やアイデアについては自己評価できないという奇妙な弱さ、などの傾向がある。むしろ海外の市場では、作家性や主観性、あるいは日本の独自性を前面に立てたデザインのほうが説得力を持ちうる。客観性こそがグローバルである、科学に根ざした文明的な技術革新のみがイノベーションである、という固定観念がいつのまにか形成されてしまい、デザインが本来得意とする創造性や人間性・文化性に根ざした国境突破力を殺してしまっているとは言える。

これら研究成果の大部分は、研究代表者の著作『デザインがイノベーションを伝える - デザインの力を活かす新しい経営戦略の模索-』(2014, 有斐閣)に収録され、第3回オフィス関連書籍審査優秀作、並びに日刊工業新聞社賞を受賞するなど、社会に対して多量の知見と強い問題提起をすることができた。

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕(計3件)

鷲田祐一, 「デザイナーの役割分担についての国際比較で見た相対的特徴: 日米中比較調査の結果より」, 一橋ビジネスレビュー, 第62巻4号, P52-63, 査読無, 2015年

鷲田祐一, 「ICT導入で日本のデザイン産業は活性化したのか?」, Nextcom, No.20, P14-23, 査読無(招待論文), 2014年

鷲田祐一, 「日本のデザイン産業を中国に輸出する際の実務課題検討」『デザイン学研究特集号』, 第 20 巻第 1 号, P44-49, 査読無 (招待論文), 2012 年

〔学会発表〕(計 3 件)

鷲田祐一, 「日本のデザイン産業に立ちほだかるコストの壁と効率化の波」日本デザイン学会 第 62 回研究発表大会, 2015 年 6 月 14 日, 千葉大学 (千葉県千葉市)

T., Matsui, S., Suzuki & Y. Washida, “Cross-Border Gatekeeper of Foreign Creative Industry Products: The Case of Manga (Japanese Comics) and Sushi in French Market,” Proceedings of 2014 Global Marketing Conference (GMC) at Singapore, July 16, 2014, Marina Bay Sands, Singapore.

T., Matsui, W. Uehara, & Y. Washida, “Exporting and Importing Creative Industry Products in Asian Markets: Exploring the Role of Cross-Border Gatekeepers,” Proceedings at the 1st International Conference of Asian Marketing Associations, March 14, 2014, Sogang University, Seoul, Korea.

〔図書〕(計 1 件)

鷲田祐一, デザインがイノベーションを伝える - デザインの力を活かす新しい経営戦略の模索 -, 有斐閣, 2014 年, 256 頁.

6. 研究組織

(1) 研究代表者

鷲田 祐一 (WASHIDA, Yuichi)
一橋大学・大学院商学研究科・准教授
研究者番号: 80521286

(2) 研究分担者

上原 渉 (UEHARA, Wataru)
一橋大学・大学院商学研究科・准教授
研究者番号: 30515060

山下 裕子 (YAMASHITA, Yuko)
一橋大学・大学院商学研究科・准教授
研究者番号: 90230432