

平成 30 年 6 月 15 日現在

機関番号：34315

研究種目：基盤研究(C) (一般)

研究期間：2015～2017

課題番号：15K03635

研究課題名(和文) 日本におけるデザイナーのデザイン態度の形成要因に関する実証的研究

研究課題名(英文) Investigating Formation Factors of The Designer's Attitude in Japan

研究代表者

八重樫 文 (YAEGASHI, KAZARU)

立命館大学・経営学部・教授

研究者番号：40318647

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 3,500,000円

研究成果の概要(和文)：本研究は、組織論におけるプロフェッショナル(専門家)研究の知見を援用し、日本のデザイナーの持つデザイン態度(デザイナーやデザイン集団に共有される価値観・信念・共有される志向性)がどのように形成されているかを明らかにすることを目的としている。
デザイナーへのインタビュー調査分析によって、(1)日本のデザイナーの持つデザイン態度の特徴、(2)日本のデザイナーの持つプロフェッショナリズム(専門家としての態度・信念)の特徴(3)日本のデザイナーの持つデザイン態度の形成要因、が明らかにされた。

研究成果の概要(英文)：The purpose of this study is to investigate the designer's attitudes in Japan and formation factors of that. The designer's attitude comes from the social belief of designer and the culture of design organizations.
The interview investigation analysis to designers in this study revealed the three points as below;
(1) Characteristic of the design attitude which the Japanese designers have, (2) Characteristic of the Japanese designer's professionalism, (3) Formation factor of the designer's attitude in Japan.

研究分野：デザインマネジメント

キーワード：デザイン態度 デザインマネジメント

1. 研究開始当初の背景

日本製造企業の国際的競争力低下が問題視されて久しい。近年、不確実な環境下で企業が継続して利益を上げていくための新たな競争力の源泉として、「デザイン」に注目が集まっている。デザインは製品の外観や意味として現前し、企業ではそのデザインを生み出すプロセスをよくマネジメントすることが必要となる。デザインマネジメント研究は、これまで主に欧米の経営学分野を中心に展開されてきた。日本では、イノベーション論や製品開発論で、技術(機能)とデザイン(外観や意味)の関係性に焦点を当てた研究知見の蓄積が見られるが、欧米の研究に見られるようなデザイン組織のマネジメントや、デザイナーの活用といった組織・マネジメント的な観点からの研究はまだ十分でない。

組織・マネジメント的観点からデザインを見る場合、「デザイン態度(Design Attitude)」の影響を考慮する必要がある。デザイン態度とは、デザイナーやデザイン集団が持つ価値観や信念、共有される志向性のことを示す。経営トップやマネジャーが、デザイン態度を受け入れ理解することが、その企業のデザインマネジメントを成功に導くために重要となる。しかし、その重要性が多く指摘されているものの、そもそもデザイナーのデザイン態度がどのように形成されているのかについての実態は、ほとんど明らかにされていない。

2. 研究の目的

本研究は、組織論におけるプロフェッショナル研究の知見を援用し、デザイナーの持つデザイン態度(デザイナーやデザイン集団に共有される価値観・信念・共有される志向性)をプロフェッショナリズム(職業の規範)の要素であると仮定し、それがどのように形成されているかを明らかにすることを目的とするものである。

デザイナーは高度な専門性を持つ新興専門職のひとつである。これまでプロフェッショナル研究では、医師や弁護士のような古典的なプロフェッショナルと、デザイナーや経営コンサルタント、ソフトウェアエンジニアのような新興プロフェッショナルとを区別してきた。特に、後者の多くは、自らが形成している専門家組織ではなく、一般企業のような非専門職組織に所属しているため、その自律性に制限を受け職務を遂行している。

これらの前提を踏まえて、本研究ではプロフェッショナルは、「プロフェッション(専門家集団)」と、「組織(所属組織)」のそれぞれの影響を受けて、そのプロフェッショナリズムを形成しているものと仮定し、

(1) デザイナーのプロフェッショナリズムが、どのように形成されているのか(プロフェッショナル、プロフェッション、組織の関係)

(2) プロフェッションが、デザイナーのプロフェッショナリズムとデザイン態度の形成にどのような影響を及ぼしているのか(プロフ

ェッションとプロフェッショナルの関係)

(3) 所属組織が、デザイナーのプロフェッショナリズムとデザイン態度の形成にどのような影響を及ぼしているのか(組織とプロフェッショナルの関係)

の3つの観点から調査分析を行った。

3. 研究の方法

本研究では、グラウンデッド・セオリー・アプローチ(Glaser and Strauss, 1967)(以下、グラウンデッド・セオリーと略)を用いた。グラウンデッド・セオリーは、データの収集と分析を通じて、データに根ざした理論(grounded theory)を生成することにその目的があり、そしてその性質は、既存の理論にもとづいた仮説検証ではなく、データに基づいた(grounded on data)理論の導出と構築にある。

デザイン態度の研究は未だ萌芽的な段階であり、研究蓄積そのものが少ないことや、これまでのプロフェッショナリズムの議論との関係性についての理論的な検討が詳細になされていないことがその問題点として挙げられる。そこで本研究では理論構築に適しているグラウンデッド・セオリーを選択し、デザイナーへのインタビュー調査と収集された音声データの分析から、デザイナーのデザイン態度の形成要因に関する理論構築を試みた。

インタビュー調査は、2015年8月から2016年3月にかけて国内のデザイナー14名に対して行われた。さらに日本の特徴的要素や文化特性の影響を明らかにするために、比較対象としてイタリアで活躍するデザイナー5名に対して、2016年3月から2017年7月にインタビューを実施し、その結果を比較検討した。本研究のグラウンデッド・セオリーの手順は、以下の通りである。

デザイン会社、デザインスタジオに所属するデザイナー(以下、DDと略)、インハウスデザイン部門に所属するデザイナー(以下、IDと略)、フリーランスデザイナー(以下、FDと略)の順にデータ収集とインタビュー音声の文字起こしデータのオープン・コーディングをそれぞれ実施し、プロフェッショナリズムに関連する概念の形成を行った。全体で14人分のデータを分析し、14人目のデータで新たな概念が形成されなかったことから、理論的な飽和を迎えたとして、分析のプロセスを終えた。

次に、イタリアでの調査のインタビュー音声の文字起こしデータから、デザイン態度とそれに関連するテーマを形成した。国内のデータに加えて分析を続け、インタビューの5人目のデータにおいて新たな概念が形成されなかったことから、理論的な飽和を迎えたとして、イタリアでのインタビューデータの分析プロセスを終えた。

最終的に形成されたデザイン態度の概念を4名のデザイン専門家(デザイナー2名、デザイン研究者2名)に確認してもらい、再度テ

ーマのまとめを行った。

4. 研究成果

本研究の成果は、以下の3点にまとめられる。

(1) 日本のデザイナーの持つデザイン態度の分析

本研究を通して、日本のデザイナーの持つプロフェッショナルリズムの要素が明らかになった。まず、国内でデザイン活動を行うデザイナーに対するインタビュー調査とその分析を通して、

- ①新たな文化や意味を創造する
- ②喜びを与える
- ③論理性を重視する
- ④深い洞察を得る
- ⑤美しさの追求

の5つのデザイン態度の категорияが形成された。

加えて、デザイン態度の支える要素として、「仕事に対する誠実さの信念」と「社会貢献の信念」の2つの信念が形成された。

さらに、イタリアでデザイン活動を行うデザイナーに対するインタビュー調査の結果から、

- ⑥あいまい性を保持する

というデザイン態度の要素が形成された。

(2) 日本のデザイナーの持つプロフェッショナルリズムの理論構築

本研究を通して、日本のデザイナーの持つプロフェッショナルリズムのフレームワークが構築された(図1)。

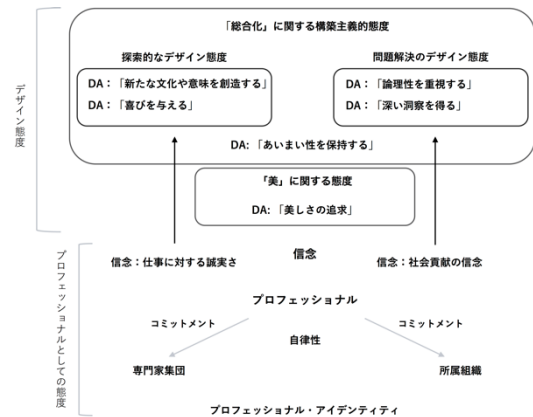


図1. 日本のデザイナーのプロフェッショナルリズムのフレームワーク

仮説モデルの上部は、デザイン態度の要素を示している。デザイナーの専門性は大きく分けて「総合化(構築主義的態度)」と「美(美に関する態度)」に関するものの2つが仮説化された。加えて、本研究では、総合化に関する構築主義的態度は、新規性を求める探索的なデザイン態度と、問題解決のデザイン態度の2つに分類された。

さらに、探索的なデザイン態度には、「新たな文化や意味を創造する」と「喜びを与える」

の2つのデザイン態度の要素が整理され、問題解決のデザイン態度には、「論理性を重視する」と「深い洞察を得る」の2つの態度が整理された。

フレームワークの下部は、プロフェッショナルリズムに関する、

- ①専門職業家組織へのコミットメント
- ②自律性の概念
- ③信念
- ④アイデンティティ

の4つの要素の関係性を示している。図内の矢印は、専門家集団と所属組織それぞれの組織に対する態度であるコミットメントを示している。

本研究の調査からは、プロフェッショナルの信念として「仕事に対する誠実さ」と「社会貢献の信念」の2つの信念が形成された。仕事に対する誠実さの信念は、経済的な合理性から距離をおくことで、仕事の手抜きを抑え、新規性を求める探索的な態度の発揮につながることを示している。図1左の上に向く矢印は、その影響関係を示している。

次に、「社会貢献の信念」は、問題解決のデザイン態度の発揮につながることを示された。デザインの社会への貢献を常に意識することは、問題解決のデザイン態度を促進することがインタビューより確認され、図1右の上に向く矢印は、その影響関係を示している。

(3) 日本のデザイナーの持つデザイン態度の形成要因分析

イタリアでのインタビューデータから、専門家社会に対する貢献を意識する発言が多く得られた。本研究での調査に協力されたイタリアのデザイナーは、その多くがデザインを専門とする組織に身を置いていることから、一般企業のデザイン部門等の専門職以外の組織に所属する場合よりも、職務に対する自律性が高く保たれる環境にあると考えられる。

さらに、協力者はイタリアのデザイン文化の社会的な浸透について指摘しており、その専門性に対する敬意について発言していた。このような組織形態と社会的なコンテキストから、自律性を高く保つことが可能となる。

さらに、プロフェッショナルの自律性が高く保たれることで、仕事に対する誠実さの信念が強く発揮される。経済的な合理性から距離を置き、プロフェッショナルとしての誠実な仕事に集中することで、探索的なデザインの態度の発揮を促進することが示された。

一方で、日本国内での調査協力者は、大規模なデザイン会社や企業のデザイン部門に所属するデザイナーも多く、全体としてイタリアでの調査よりもプロフェッショナルとしての職務の自律性が低い傾向にあった。デザイン態度の獲得の過程と形成要因については、多くのデザイナーが入社1~5年の間に「社会貢献の信念」、「論理性を重視する」、「深い洞察を得る」というデザイン態度を獲得していることが示され、さらにこのような姿勢は、

組織のデザイン文化として形成されていることが確認された。そこで、社会貢献の信念が組織の文化を通して共有されていることによって、問題解決のデザイン態度の発揮が促進されることが示された。

5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

[雑誌論文] (計6件)

- ① 小山 太郎、安藤 拓生、八重樫 文、デザイン・ドリブン・イノベーションの理論的根拠—イタリア照明産業6社の事例—、立命館経営学、査読無、第56巻6号、2018、281-309
- ② 安藤 拓生、後藤 智、八重樫 文、デザインマネジメント研究の射程と展望—DMA2017の文献レビュー—、立命館経営学、査読無、第56巻第4号、2017、87-113
- ③ 八重樫 文、小山 太郎他、イタリアにおけるデザインマネジメントの理論的枠組みの検討、立命館経営学、査読無、第55巻第6号、2017、75-100
- ④ 安藤 拓生、八重樫 文、デザイン態度 (Design Attitude) の概念の検討とその理論的考察、立命館経営学、査読無、第55巻第4号、2017、85-111
- ⑤ 八重樫 文、小山 太郎他、イタリアにおけるデザインマネジメント研究の特徴と動向に関する考察、立命館経営学、査読無、第55巻第2号、2016、21-46
- ⑥ 安藤 拓生、八重樫 文、プロフェッショナルとしてのデザイナーの持つデザインの志向の実証的研究に向けた理論的基盤の検討、立命館ビジネスジャーナル、査読有、10巻、2016、91-122

[学会発表] (計6件)

- ① 安藤 拓生、八重樫 文、デザイナーの持つデザイン態度 (Design Attitude) の二面性、シンポジウム：イノベーションをデザインする—デザイン・ドリブン・イノベーションの意義と展開—第二部ポスターセッション、2017-07-17
- ② ANDO Takuo, YAEGASHI Kazaru, Dual Nature of Designer's Attitudes Toward Two Types of Design-led Innovation, Design Management Academy 2017 Hong Kong, 2017-07-08
- ③ 小山 太郎、イタリアのデザイン理論と商品開発、商品開発・管理学会、2016-11-19
- ④ ANDO Takuo, YAEGASHI Kazaru, Designer's Attitudes toward Problem Solving and Exploratory Enquiry for Service Innovation, 17th International CINET Conference, 2016-09-13
- ⑤ ANDO Takuo, YAEGASHI Kazaru, Investigating Formation Factors of Designer's Attitude for Problem Solving and

Exploratory Enquiry, R&D Management Conference 2016, 2016-07-06

- ⑥ ANDO Takuo, YAEGASHI Kazaru, The Ranges and Challenges for the Future of Design Management, The 16th EBES(Eurasia Business and Economics Society) Conference, 2015-05-29

[図書] (計2件)

- ① 安西 洋之、八重樫 文監訳、立命館大学経営学部 DML 訳、ロベルト・ベルガンティ著、日経 BP 社、突破するデザイン、2017、352
- ② 安西 洋之、八重樫 文、クロスメディア・パブリッシング、デザインの次に来るもの、2017、207

[産業財産権]

○出願状況 (計0件)

名称：
発明者：
権利者：
種類：
番号：
出願年月日：
国内外の別：

○取得状況 (計0件)

名称：
発明者：
権利者：
種類：
番号：
取得年月日：
国内外の別：

[その他]

ホームページ等
なし

6. 研究組織

(1) 研究代表者

八重樫 文 (YAEGASHI, Kazaru)
立命館大学・経営学部・教授
研究者番号：40318647

(2) 研究分担者

小山 太郎 (KOYAMA, Taro)
中部大学・全学共通教育部・講師
研究者番号：40440648

(3) 連携研究者

なし ()

研究者番号：

(4) 研究協力者

安藤 拓生 (ANDO, Takuo)

立命館大学・経営学研究科・博士課程後期
課程