

# 県内中小企業とデザイン人材のマッチング手法の構築\*

永山 雅大\*\*、高橋 正明\*\*、小林 正信\*\*、近藤 信一\*\*\*、三好 純矢\*\*\*

企業がデザインを活用することにより、企業の産業競争力向上に寄与するとされている。しかし、調査の結果、岩手県内の中小企業（製造業）においては、デザインを活用するための体制が十分でないことが明らかとなり、2019年度に「岩手発〔地方版〕デザイン経営」モデルを構築した。

本研究では、同モデルの社会実装を進めるため、岩手県内企業とデザイン人材をマッチングするために必要となるマッチングフレームを検討し、マッチングシート及びデザイン人材データベースを構築した。

**キーワード：デザイン、デザイン経営、商品開発**

## Construction of matching system between small and medium-sized enterprises and designers in iwate prefecture

NAGAYAMA Motohiro, TAKAHASHI Masaaki, KOBAYASHI Masanobu,  
KONDO Shinichi and MIYOSHI Junya

**Key words : design, design management, product development**

### 1 はじめに

経済産業省と特許庁は、平成30年5月23日に報告書『「デザイン経営」宣言』<sup>1)</sup>を公表した。その中で、企業経営においてデザインを経営資源として活用し、ブランド力とイノベーション力を高めることによる、企業の産業競争力向上が提言された。

そこで、当センターでは、岩手県内企業のデザイン活用を進めることを目的とし、企業のデザイン活用の現状把握とデザイン経営の導入方法について、岩手県立大学と共同研究を行った。その結果、県内中小企業では、デザイン経営を導入している事例は少なく、社内にデザイナーを持つ企業がほとんどいない現状が明らかになった<sup>2)</sup>。また、デザイン経営を推進している全国的な先端企業及びデザイン経営を進める意欲のある県内中小企業へのインタビ

ュー調査に基づき、県内中小企業が社外デザイナー等を活用してデザイン導入を進めることが可能な体制を、「岩手発〔地方版〕デザイン経営モデル」（図1）（以下「岩手デザイン経営モデル」という）として構築した<sup>3)</sup>。

本研究では、岩手デザイン経営モデルの社会実装を進めるため、企業とデザイン人材をマッチングする仕組みを検討した。なお、デザイン人材とは、本研究で対象とするデザイン領域（狭義・広義・経営のデザイン）に取り組むことができる人材を指す。

### 2 研究方法

#### 2-1 デザイン人材マッチング手法の検討

本研究では、導出された岩手デザイン経営モデルを検証する社会実装研究に先立ち、岩手県内企業と

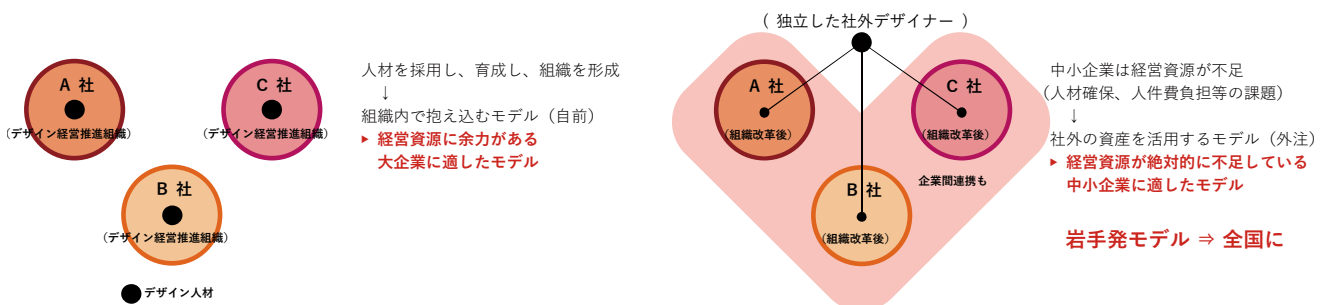


図1 国の「デザイン経営宣言」のモデル（左）と「岩手発〔地方版〕デザイン経営」モデル（右）

\* 令和2年度 技術シーズ創生研究授業 プロジェクトステージ、令和2年度公立大学法人岩手県立大学地域政策研究センター地域協働研究（ステージI）

\*\* 産業デザイン部

\*\*\* 公立大学法人 岩手県立大学 総合政策学部

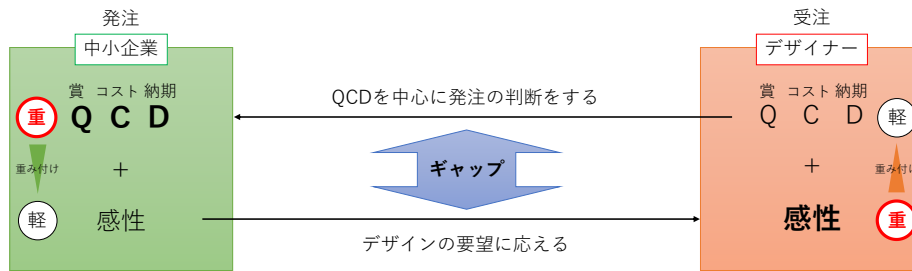


図2 中小企業とデザイン人材との重み付けのギャップイメージ

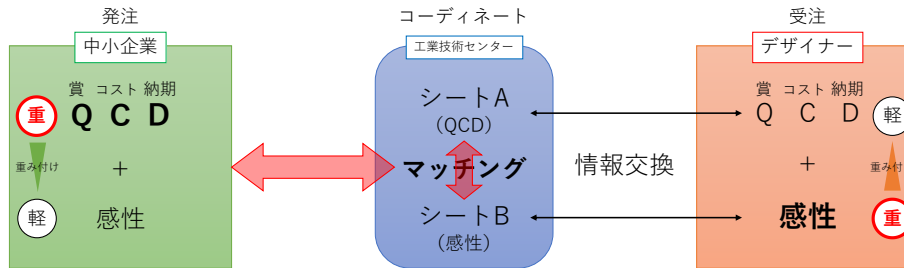


図3 中小企業とデザイン人材のマッチングのフレームワーク

デザイン人材をマッチングするための手法の検討を行った。

手法の検討は、企業とデザイン人材がマッチングした際に起こる問題（不具合）の発見と対処方法について、近藤は経営、三好はマーケティング、当センター産業デザイン部はデザイン、それぞれの観点から意見交換を行い、整理された情報を元にフレーム化した。必要に応じて、岩手大学人文社会科学部インダストリアルデザイン研究室田中隆充教授、岩手県内在住のデザイン人材との意見交換を実施して進めた。

### 2-2 デザイン人材マッチングシートの構築

2-1 で検討したデザイン人材マッチングの手法を活用するための様式（マッチングシート）を構築した。

初めに、個人情報・デザイン情報・感性情報の洗い出しを行った。次に、洗い出した項目を有効活用できる形態（サイズ、構成、データ形式等）について検討した。さらに、様式の運用方法についても設定した。

試作したマッチングシートは、岩手大学田中教授や県内在住のデザイン人材との意見交換を基に完成度を高めた。

### 2-3 デザイン人材DBの登録と運用

2-2 で構築したマッチングシートを活用しデザイン人材登録を行った。

デザイン人材の登録人数は、岩手県内企業がデザイン人材を選ぶ際に選択肢が必要となることから、マッチングに必要最低限の登録者数として、15人

程度を想定した。デザイン人材の分野は主にプロダクト系とし、岩手県とのゆかりなど、地域とのつながりも重視した。

デザイン人材の募集は、当センター産業デザイン部及び岩手大学田中教授の所有するデザイン人材情報を元に行った。

## 3 結果及び考察

### 3-1 デザイン人材マッチング手法の検討

筆者らは、マッチングの手法構築に際し、企業とデザイン人材間に起こりうる問題について意見交換を行った。その結果、企業とデザイン人材それぞれが求める内容の重要度に違いがあると考えた。すなわち、企業はQCD(quality cost delivery:品質、コスト、納期)を重要視し、デザイン人材は感性を重要視する(図2)。このギャップが、企業担当者とデザイン人材間のコミュニケーションギャップ(デザイン用語の解釈の差異)の一因と考えた。そのギャップを解消することで、マッチングの精度向上が図れると仮定し、本研究におけるマッチング手法を構築した(図3)。

構築したマッチング手法では当センターが仲介役となり、企業とデザイン人材が抱えるギャップを調整し、なおかつプラットフォームの役割を担う。それにより、企業とデザイン人材の双方共にパートナーを探索するコストや負担が軽減する。

さらに、効率的なマッチングを行うために、QCDと感性それぞれに応じたシートを用意することが望ましいと結論づけた。

なまえ 名前	所属	作品事例 (ピックアップポートフォリオ)	
No Photo	出身地: 岩手県盛岡市	南部鉄瓶の新商品開発	お酒ブランディング/デザイン
	出身学校: ○○芸術大学 岩手県とのつながり	開発期間 ○年○月～○年○月 デザイン内容 ・鉄瓶デザイン ・広幅用パンフレット製作	開発期間 ○年○月～○年○月 デザイン内容 ・ブランディング ・パッケージデザイン ・イメージグラフィック ・ロゴ/商品名提案 ・広幅用写真撮影監修
経歴		コップウッドを使用した新商品開発	
実績		開発期間 ○年○月～○年○月 デザイン内容 ・デザイン企画 ・商品パッケージ提案 ・各商品アイデア提案 ・各商品企画納品 ・完成品品質確認 (初回)	
資格・受賞歴		木製ソリ	弾性を活かしたチェア
プロダクトデザイン検定1級 グッドデザイン賞 (2005年)			
所属団体			
(公社) 日本インダストリアルデザイナー協会 (公社) 日本パッケージデザイン協会			
心掛けているキーワード (例: 機能的、前向き、親切、計画性、コミュニケーション)			
デザイン報酬事例 (参考)			
		デザインに関する備考	デザイナー報酬当番
備考			

図4 マッチングシート (左: デザイン人材情報登録用紙、右: デザイン人材ピックアップポートフォリオ用紙)

### 3-2 デザイン人材マッチングシートの構築

マッチングシートは、図3のフレームに習い、QCDと感性を有効に働かせるため、2枚構成とした。マッチングシートのサンプルを図4に示す。

1枚は、QCDを中心とするデザイン人材情報登録用紙(A4判)(以下「人材情報用紙」とする)とし、名前、所属、顔写真、出身地、出身学校、過去の経歴、実績、などの基本情報の他、本用紙の特徴として「心掛けているキーワード」、「岩手県とのつながり」を記入する欄を設けた。

もう1枚は、感性を中心とするデザイン人材ピックアップポートフォリオ用紙(A3判)(以下「ポートフォリオ用紙」とする)とし、デザイナーがフリーレイアウトで作品実例を掲載する。

企業とデザイン人材それぞれが求める内容の重要度の違いに着目したことにより、QCDと感性それぞれの要素を明確に分け運用することが可能となった。

マッチングシートの運用方法を説明する。初めに、デザイン人材との協業を考える企業からの要望により、登録者全員のポートフォリオ用紙を提示する。その中から、企業側では、商品開発の内容に沿った感性(イメージ)の用紙を選択する。その後選んだポートフォリオ用紙とリンクする人材情報用紙によりデザイン人材の人物像やこれまでの経歴等の確認を行い、人材の絞り込みを行うこととした。データ形式は、Excel形式およびNumbers形式とし、デザイン人材が使用しやすいデータ形式を選択できるようにした。管理の観点(ナンバリングやデータの閲覧、保管など)から、その他の形式は使用し

ないこととした。

企業は、人づての紹介や、デザイン人材が自ら用意した資料を見てデザイン人材との協業に入るため、イメージの不一致や人材の力量を見誤ることが問題となるケースもある。本研究の方法では、マッチングシートで確認すると共に、岩手県内企業とデザイン人材を繋ぐ役割に岩手県工業技術センターが入ることで、双方のギャップが少ないマッチングが可能と考える。

### 3-3 デザイン人材DBの登録と運用

デザイン人材DBは、R3年9月時点で16名が登録完了した。登録したデザイン人材の所在地は、岩手県4名、宮城県5名、埼玉県3名、東京都2名、神奈川県1名、静岡県1名となっており、いずれの人材も岩手との繋がりがある方である。

デザイン人材の情報を集めるにあたり、プロダクト系のデザイン人材は多くの人を集めにくい現状が浮き彫りとなり、岩手県とのゆかり、地域との繋がりを条件とした場合には、隣県及び関東圏まで範囲を広げても少数であることが分かった。

この理由は、プロダクト系のデザイン人材は、多くがインハウスデザイナーとして活動しているため、フリーで企業と協業出来る人材が少ないためであると考えた。

また、大学等の高等教育機関に所属するデザイン人材は所属機関の方針により、外部での個人活動の制約に差がある。

## 4 おわりに

本研究では、岩手デザイン経営モデルの実用化に

向けた社会実装に必要となる、岩手県内企業とデザイン人材をマッチングするためのフレームを定め、マッチングシート及びデザイン人材データベースの構築を行った。

マッチングシートについては、人材情報用紙とポートフォリオ用紙の2つの様式を用いることで、企業とデザイン人材との間に存在するギャップに対し有効に対処し、確度の高いマッチングを行うことが可能になると考える。

人材情報用紙は、「心掛けているキーワード」、「岩手県とのつながり」を記入する欄を設けたことにより、QCDの確認が出来ると共に、信頼性や安心感を高められる点が特徴である。

ポートフォリオ用紙はデザイン人材が自由にレイアウトを行えるため、これまでのデザイン実例を確認出来ると共に、それぞれのデザイン性が見える様式となった。

人材DBについては、人材情報の収集が難航した部分もあるが、想定した人数を集めることは出来た。また、岩手県周辺及び東北地域には企業と協業出来るプロダクト系のデザイン人材がほとんどいない現状も明らかとなったため、構築した人材DBは、岩手県内企業（特に製造業）にとって有益であると考えられる。

今後は、2019年度に構築した「岩手デザイン経営モデル」と本研究のマッチングシート・人材DBを活用し、岩手県内企業とデザイン人材の協業によるマッチングと新商品開発の社会実装研究を行う。さらに、岩手県内企業への「デザイン経営」の普及啓発と、当センターデザインラボの支援機能強化に取り組む予定である。

## 謝 辞

本研究を進めるにあたり、ご助言及び情報提供頂いた岩手大学田中隆充教授、ヒアリング調査にご協力いただいた県内のデザイン人材の方々、その他関係各位に深く感謝申し上げます。

## 文 献

- 1) 経済産業省・特許庁 産業競争力とデザインを考える研究会－報告書 (2018)
- 2) 地方独立行政法人 岩手県工業技術センター 研究報告 第23号 県内中小企業におけるデザイン活用に関する調査 (2021)
- 3) 地域協働研究 研究成果報告集8【平成30年度ステージⅡ/平成31年度 ステージⅠ・Ⅱ】 岩手県立大学研究・地域連携室 pp64-65 (2020)