

# デザイン経営を支える人材育成と、支援が 持続的に循環するエコシステムづくり —大阪デザインセンターの実践—

一般財団法人大阪デザインセンター 事業推進部 課長 遠藤 賢

## ◇ はじめに

近年、デザインは意匠や造形の工夫にとどまらず、企業や組織の価値創造そのものに深く関わる概念として捉えられるようになってきた。単に「見た目を整える」ための手段ではなく、事業の方向性や意思決定のあり方、さらには社会との関係性を問い直すための重要な視点として、その役割は大きく広がっている。

背景にあるのは、将来の見通しが立ちにくい不確実性の高まりと、後戻りのできない不可逆的な変化が常態化した経営環境である。こうした状況下では、過去の成功体験や既存の延長線上に「正解」を見出すことは難しく、成り行きの世界は現状維持か衰退を意味する時代に入ったと言える。もはや、すべての企業に当てはまる唯一の正解は存在しない。

とりわけ中小企業においては、製品やサービスの改良といった個別の取り組みだけではなく、「自社は何者であり、社会の中でどのような役割を果たしていくのか」という根源的な問いに向き合うことが、これまで以上に求められている。価格や機能による競争が限界を迎える中で、自社ならではの価値や判断軸をいかに言語化し、組織内外に共有していくかが、持続的な成長の前提条件となっている。

こうした問題意識のもと、本稿では大阪デザインセンター（以下、ODC）がこれまで取り組んできた活動の変遷を振り返りながら、なぜ現在、デザイン経営を支える「人材」と「仕組みづくり」に力を注いでいるのか、その背景と実践について述べていく。デザイン経営を単なる理論や流行としてではなく、現場に根ざした実践としていかに育んできたのか、その歩みを通じて考察したい。

## ● 図1 大阪デザインセンター



## ◇ 大阪デザインセンターの歩みと デザイン支援

大阪デザインセンター（以下、ODC）【図1】は1960年、大阪府、大阪市、大阪商工会議所が中心となり、日本で最初の公設デザインセンターとして設立された。現在は一般財団法人として運営されているが、設立以来60年以上にわたり、関西圏の産業とデザインをつなぐ中核的な拠点として活動を続けてきた。高度経済成長期から現在に至るまで、産業構造や企業を取り巻く環境が大きく変化する中であっても、ODCは一貫して「産業とデザインの橋渡し役」としての役割を担ってきた。

ODCの活動の中でも、とりわけ35年以上にわたり主軸としてきたのが、企業とデザイナーを結びつけるデザインマッチングである。製品デザイン、パッケージデザイン、グラフィックデザインなど、多様な分野において、企業の課題や目的に応じたデザイン支援を行い、ものづくりの現場を下支えしてきた。