

報道関係者各位

2020年11月25日
公益財団法人日本デザイン振興会

企業経営へのデザイン活用度調査結果発表 「デザイン経営」に積極的な企業ほど高い売上成長を実現し、 従業員からも顧客からも愛される可能性を示唆

調査結果トピックスサマリー

相關関係として、デザイン経営に積極的な企業ほど

- 売上成長率が高い傾向にある。特にエンドユーザー向け企業、デジタルに積極的な企業は顕著
- デザインへの投資は増加し、将来的な効果への期待が高い傾向にある
- 従業員からも顧客からも愛される傾向にある

公益財団法人日本デザイン振興会（会長：川上元美、所在地：東京都港区）は、株式会社三菱総合研究所と共同で、日本企業における企業経営へのデザイン活用度調査を全国規模で初めて実施しました。

2018年5月に経済産業省および特許庁が「デザイン経営宣言」を発表後、デザインを活用した経営手法である「デザイン経営」は大きな関心を呼んでいます。本調査は、当会としても、デザイン経営に取り組む企業の活動データを示し、デザイン経営がどのように機能しているかを可視化することで、デザイン経営の一層の促進を図ることを目的としています。

本調査に際しては、株式会社三菱総合研究所のほか、監修者と共同研究チームを発足し、過去に他の機関が実施してきた国内外の調査レポートを参照し、実施目的や調査手法を検討しました。

そして、当会が主催するグッドデザイン賞に応募実績がある国内企業3,944社を対象に、経営におけるデザインの導入・推進状況、課題意識などを中心に計41問からなるアンケート調査を実施し519社から有効回答を得ました。

これほどの大規模な調査は、過去に類する実施例はなく、経営企画や、デザインマネジメントなどでの活用や、日本社会におけるデザインの浸透に役立つことが期待されます。

企業経営へのデザイン活用度調査概要

調査実施機関：公益財団法人日本デザイン振興会

共同研究機関：株式会社三菱総合研究所

監修者：永井一史（公益財団法人日本デザイン振興会 理事、株式会社HAKUHODO DESIGN 代表取締役社長、多摩美術大学美術学部統合デザイン学科 教授）

廣田尚子（有限会社ヒロタデザインスタジオ マネージングディレクター、2019年度グッドデザイン賞審査委員、2020年度東京ビジネスデザインアワード審査委員長）

デザイン：株式会社栗辻デザイン

調査期間：2020年2月18日～3月26日

有効回答企業数：519社

本調査の結果は、こちらで公表しています。 <https://www.jidp.or.jp/>

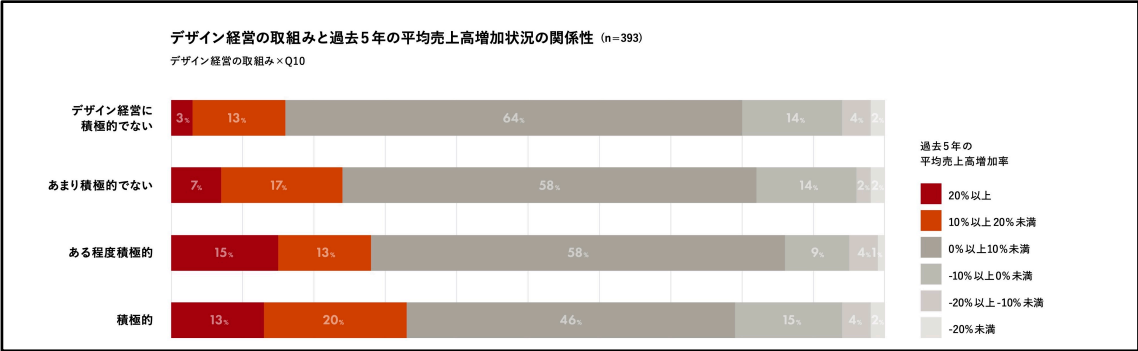
本件への報道関係者のお問い合わせ：

株式会社 電通パブリックリレーションズ 担当：古池 徹

MAIL：toru.koike@dentsu-pr.co.jp

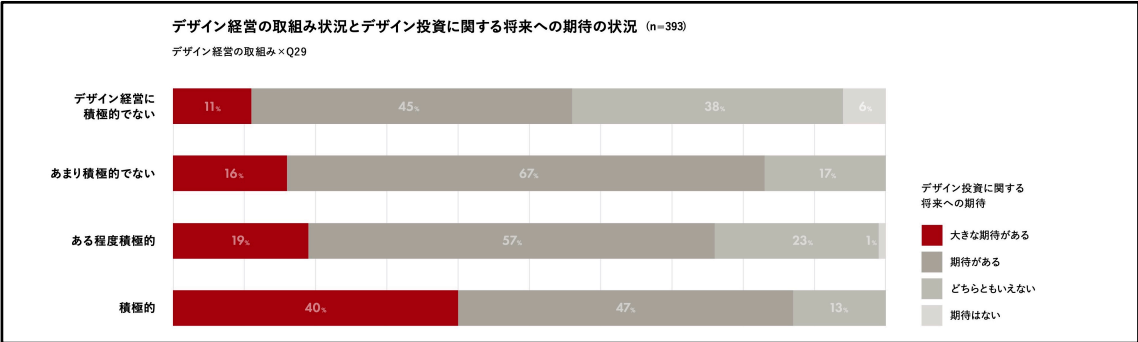
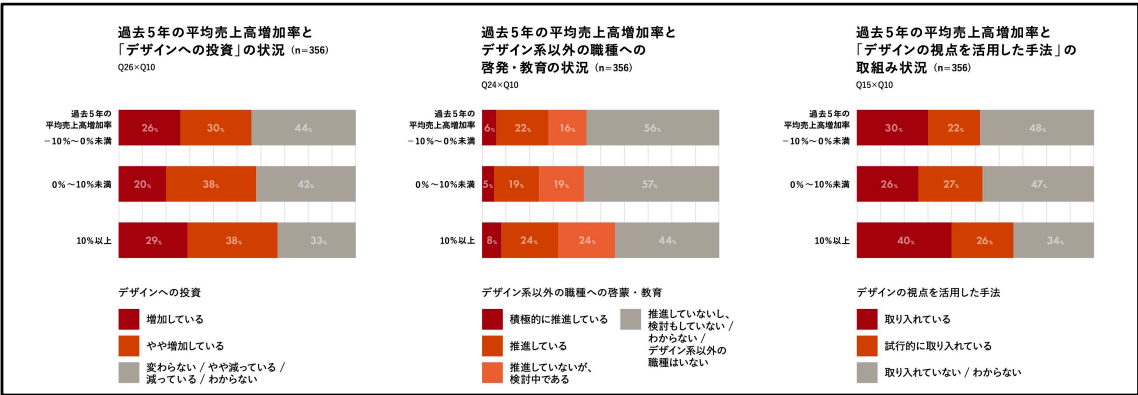
デザイン経営に積極的な企業ほど、売上成長率の高い傾向にある
特にエンドユーザー向け企業、デジタルに積極的な企業は顕著

「デザイン経営の取組み」と「過去5年の平均売上高増加状況」の相関が確認され、デザイン経営に積極的な企業ほど、売上が成長していることが示唆されました。
この結果は、過去の国内における類する調査では示されたことはなく、今回の調査結果における最大ポイントです。
特に「エンドユーザー向けの事業を多く持つ企業」と、近年注目が高まる「UX（ユーザー体験）向上のためにデジタル技術の活用に積極的な企業」は、デザイン経営に積極性であるほど売上増加傾向にあるという結果も得られました。



デザイン経営に積極的な企業ほど、デザインへの投資は増加し、
将来的な効果への期待が高い傾向にある

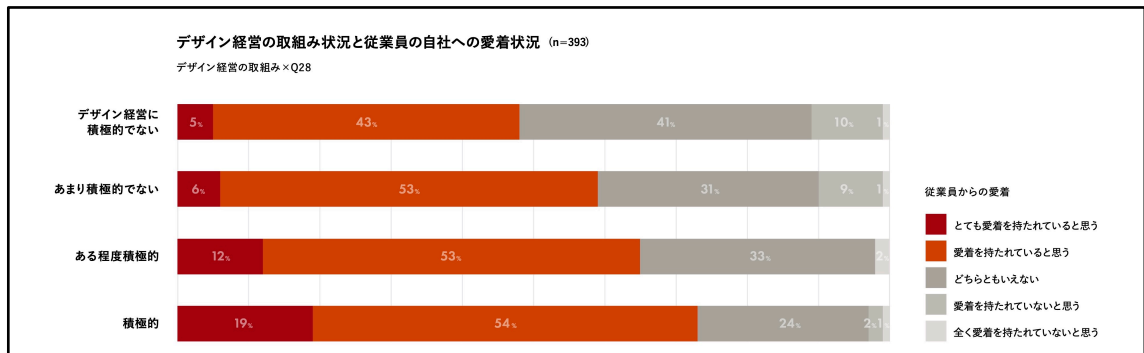
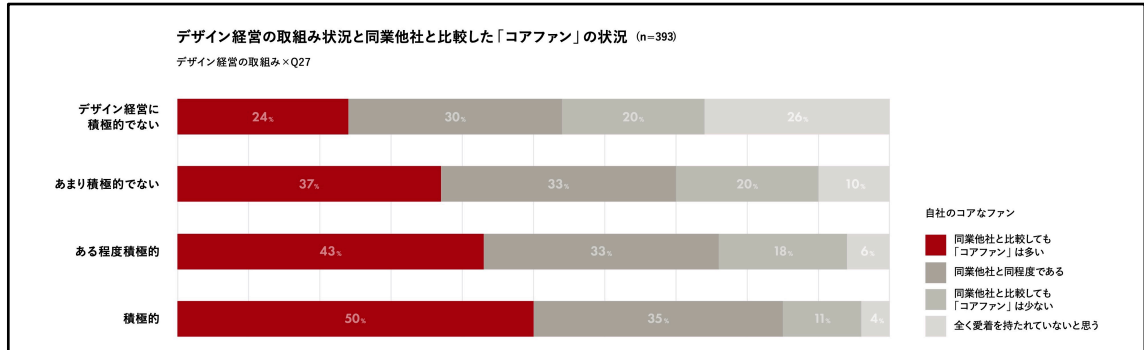
過去の売上成長率が高い企業ほど、デザインへの投資に積極的な傾向にあります。
また、当該企業群は、デザインに関する啓発・教育やデザインの視点を活用した手法の取り入れにも積極的に取り組んでいるほか、「デザインへの投資が将来的な展開や新規事業等に効果を発揮する」と認識している傾向にあります。



デザイン経営に積極的な企業ほど、従業員からも顧客からも愛される傾向にある

同業他社と比較して、自社のブランドまたは製品・サービスに対するコアなファンが多いと回答した企業の割合は、デザイン経営の取組み状況に積極的なほど高くなる傾向が見られました。

また、自社について、従業員から「とても愛着を持たれていると思う」「愛着を持たれていると思う」と回答した企業の割合についても、デザイン経営の取組みに積極的なほど高くなることが確認されました。



経済産業省・特許庁の「デザイン経営宣言」発表後、「趣旨には賛同するが、デザインと企業の成長に関連する客観的な資料が欲しい」「自社の経営戦略策定で活用できるデータが欲しい」といった意見が多数ありました。

本調査でデザイン経営の効果をマクロ・概観的に捉えることで、売上成長の視点、顧客や従業員の視点、未来への期待の視点などで、デザイン経営の取組みとの関係性の高さを示唆することができました。

共同研究チームは、先行き不透明な現代において、企業経営へのデザインの導入・推進はもはや必要不可欠と考えています。本調査結果を、デザイン経営の導入を検討されている経営層の方々、社内や上層部に対してデザイン経営を広めたいと考えているミドルマネジャーの方々、またデザイナーの職域や役割を再認識するためなどにお役立ていただければ幸いです。日本デザイン振興会は、今後もデザインと経営に関わる調査を継続することで、デザイン経営の指標化なども視野に入れて活動していく予定です。

デザイン経営はビジネスを強くする。
Design Management Empowers Your Business.

日本企業におけるデザイン経営の取組み状況

