# デザインの力で経営を変え、
# 生き残る経営。

## 参加企業・デザイナー募集

参加企業募集 8社程度 × デザイナー募集 4名程度

事前説明会 7/15 WED 15:00~16:30

起業プラザひょうご
神戸市中央区 雲井通
5-3-1 サンパル6階

締切 7/20 MON
面談 7/22 WED

自分の
造りたい酒が
ようやくわかった

地場産業を
世界に

加工下請けから
ヨーロッパ進出

ネーミングで
利益248%UP

# 経営・デザイン一体化推進事業(デザ経)とは?

神戸市の中小製造業が、先の見えない時代を生き抜く為に、デザイン視点で事業を見直し、展開することで、企業価値を最大化させる「デザイン経営」を実践するプログラム。経営者がデザイナー、ディレクター陣などとチームを組み、これからの事業展開を見据えたデザイン経営を行い、神戸から新たなイノベーションを生み出す事業です。

# 1 ビジョンをアップデートし、強みを生かした経営戦略を構築します。

ここからの時代を生き抜く企業のビジョンを考え抜き、これまでの当たり前に流されない経営を目指します。経営者のビジョンとこれまで積み重ねてきた強みを生かした経営戦略を構築します。

# 2 経営の課題をデザインの視点で解決します。

ビジョンを目指す為に目の前にある「課題」について、消費者的視点や業界横断的視点をもつデザイナーの目線から、これまでにない解決方法を目指します。

# 3 新たなビジョンを目指す経営者をプロフェッショナルのチームで支えます。

経営者が一人で頑張るのではなく、新たな視点を生み出すデザイナーや事業をコーディネートする実績あるディレクター、セールス、ファイナンスのプロフェッショナルと共に戦う基礎を作ります。

Afterコロナ新時代の備え

# サーモグラフィカメラシステム

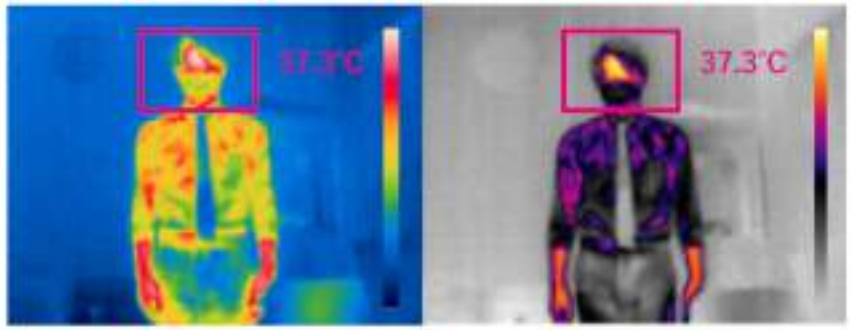
SWS-5000J

「かんたん操作」「かんたん検知」「パソコン不要」「低価格」

**特徴**

・低価格を実現
・専用コントローラと専用キーボードにより直感的な操作が可能
・異常温度検出時のお知らせ機能を搭載
・異常温度検出位置の自動マーキング機能を搭載
・ネットワーク拡張が可能

**サーモモード画面**　**モノクロモード画面**




## 専用コントローラ
## 多彩なモニター機能を標準搭載

・温度表示機能で温度値を可視化

| 商品名 | サーモグラフィカメラシステム |
|---|---|
| 型式 | SWS・5000J |
| 構成 | サーモカメラ、専用コントローラ、専用リモコン、三脚<br>※外部インターフェイスでパトライト、フラッシュ等のアラートとの連動が可能 |
| コントローラ画面サイズ | 18.5インチ |
| 測定距離 | 1～5m　推奨3m（カメラ高さ1.5m |
| 測定温度範囲 | 35～45℃ |
| 温度精度 | 37℃測定にて±0.5℃（周囲温度25℃にて）<br>※周囲温度・環境により測定温度は変動しますので温度補正機能によるキャリブレーション運用を推奨いたします |
| 使用温度範囲 | 5～40℃ |
| 測定視野角 | 57°×57° |

**シェアオフィス「billage　KOBE　江戸町104」**

**2020年8月　神戸にオープン**

株式会社 明光堂（本社：兵庫県神戸市，代表取締役：中村宣史）は，シェアオフィスの企画・運営を行う株式会社MJE（本社：大阪市中央区，代表取締役：大知昌幸）と2020年6月30日にフランチャイズ契約を締結し，「billage KOBE 江戸町104」を2020年8月にオープンすることに合意いたしましたのでお知らせいたします。

billage

meikodo × MJE INC.

# 「デザ経」の仕組み

神戸市の中小企業

**8社募集**
応募は裏面より

申請・受理

KOBE
UNESCO City of Design

委託契約

デザイン経営チーム

SASI DESIGN

チーム連携

デザイナー
**4名募集**
応募は裏面より

新たな事業展開の検討

厳しい市場環境にも負けず新たな方向性を見出し、成長したいと考える中小製造業。

・これまでと同じでは生き残れない。
・新たな事業を起こしたい/転換したい
・スピード感を持って、新しいことに挑戦したい

経営および事業展開コンサルティング

新たな事業展開のためのデザイン

新たな成長戦略として、経営、デザイン、営業、財務のプロフェッショナルチームと共に、課題解決型事業展開のデザインを行う。

・自らのデザインスキルと視点でサポートしたいと考えるデザイナー

**「デザ経」は企業価値最大化のための「デザイン経営プラットフォーム」です。**

# 参加企業募集

未来を創る経営者を募集します。

これまでの技術を活かし
これからの強い経営を
目指す企業を募集します。

対象
神戸市内の中小企業
経営者または後継予定者

募集 8社程度

参加費 無料

デザイン経営により、企業価値の最大化を目指します。

「デザ経」で
取り組むこと

**ビジネススキームづくり**
新たな事業の方向性、収益化するモデルの仕組みを検討し見える化する。

**ビジョンシート**
今後進むべき道のりを検討し、短期中期の重要施策、コンセプトなどをまとめる。

**中期経営計画**
新事業展開に向けた売上や利益などの数値目標と、ブランドの目指す戦略を作る。

# デザイナー募集

経営を変えるデザイナーを募集します。

参加企業の強みを
生かした経営戦略
の構築に取り組み
たいデザイナーを
募集します。

対象
神戸市及び関西圏で
活躍されているデザイナー
（申込の際にポートフォリオを（WEB可）を提出ください）

定員 4名程度（書類選考の後面談）

完了報酬 上限30万円（税込）
（事業推進に関わる実費を兼ねます）

参加企業と真摯に向かい合い、新たなビジネス構築を行うことのできるデザイナーを求めます。

提供して
いただくもの

- ・イノベーション創出のための横断的視点
- ・ブランド構築のための消費者視点
- ・ビジネスを加速させるための表現のデザイン
  （モノのデザインの提供がメインではなく、
  ビジネススキームを加速させるために必要なデザイン）

ロシア (20/ 2/27)
RTS
1386.20
−75.02
日本 (20/ 2/28)
日経平均
21142.96
−805.27
アメリカ (20/ 2/27)
NYダウ
25766.64
−1190.95
イギリス (20/ 2/27)
FTSE100
6796.40
−246.07
アメリカ (20/ 2/27)
NASDAQ
8566.480
4.295
(20/ 2/27)
指数

今だけ乗り切れば大丈夫？

L→G→Fの余波も？

1991年

# バブル崩壊

1995年

# 阪神淡路大震災

2000年

# .comバブル崩壊

2008年

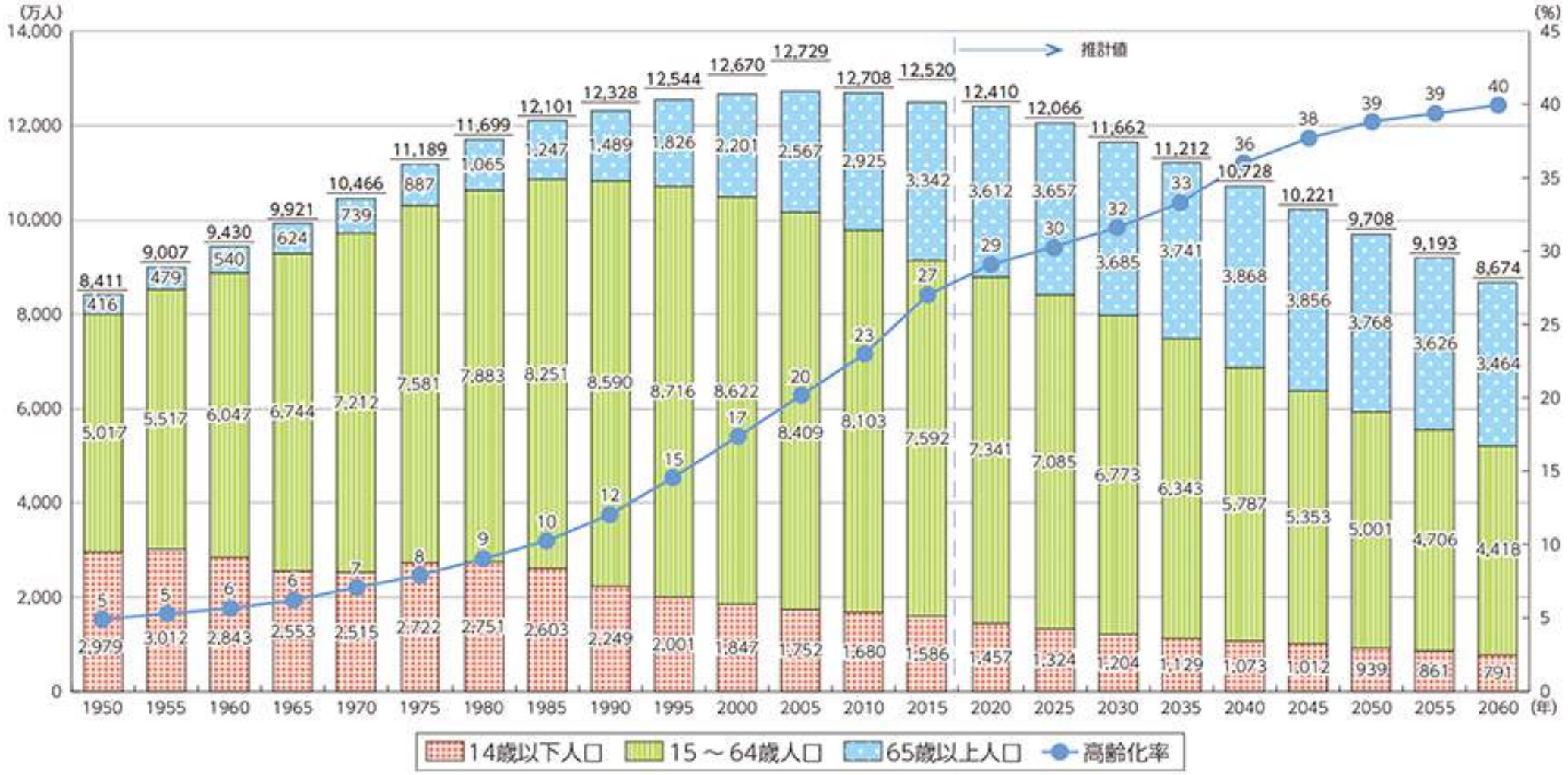
# リーマンショック

2011年

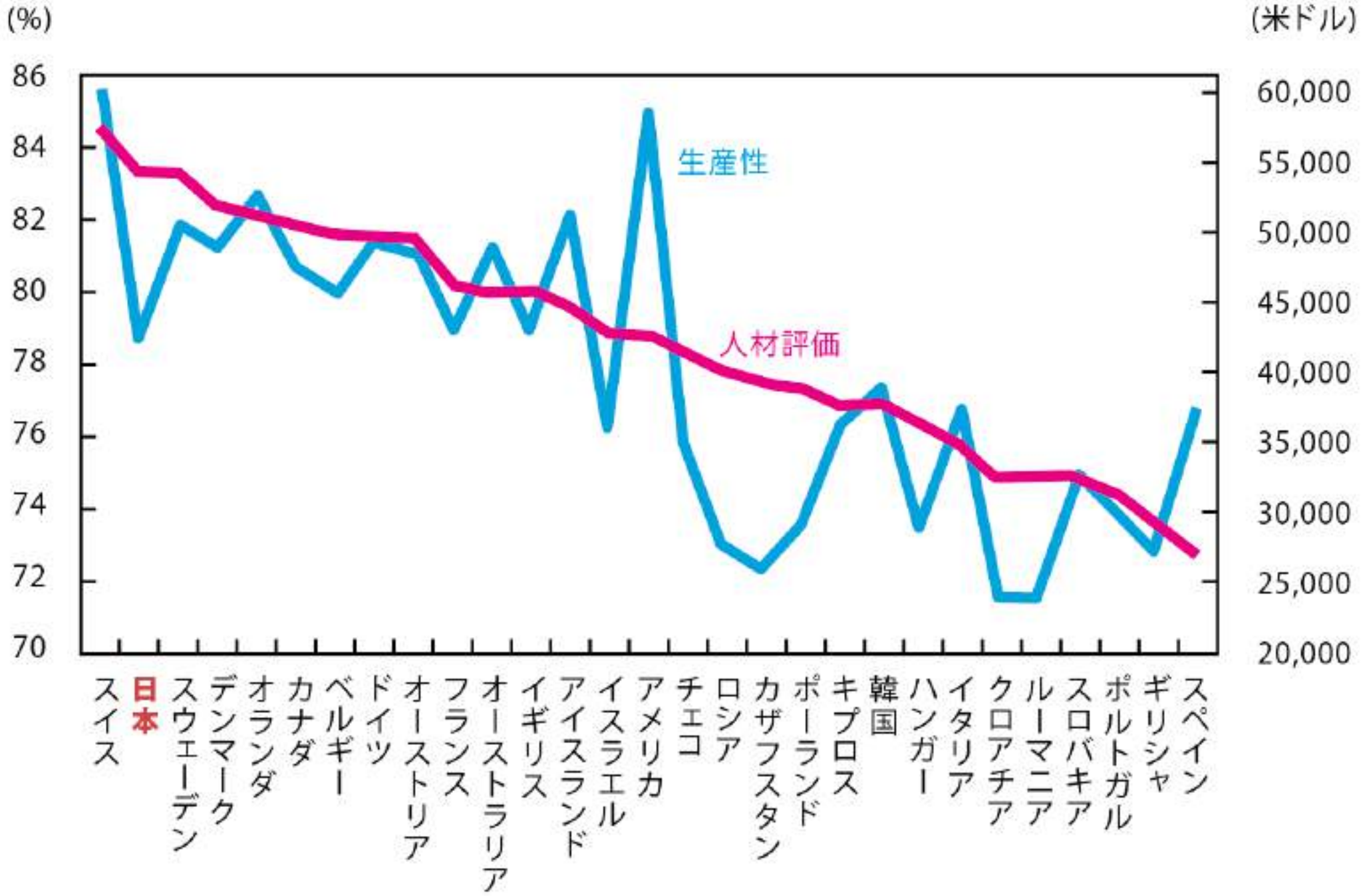
# 東日本大震災

## 図表2　我が国人口の長期的な推移

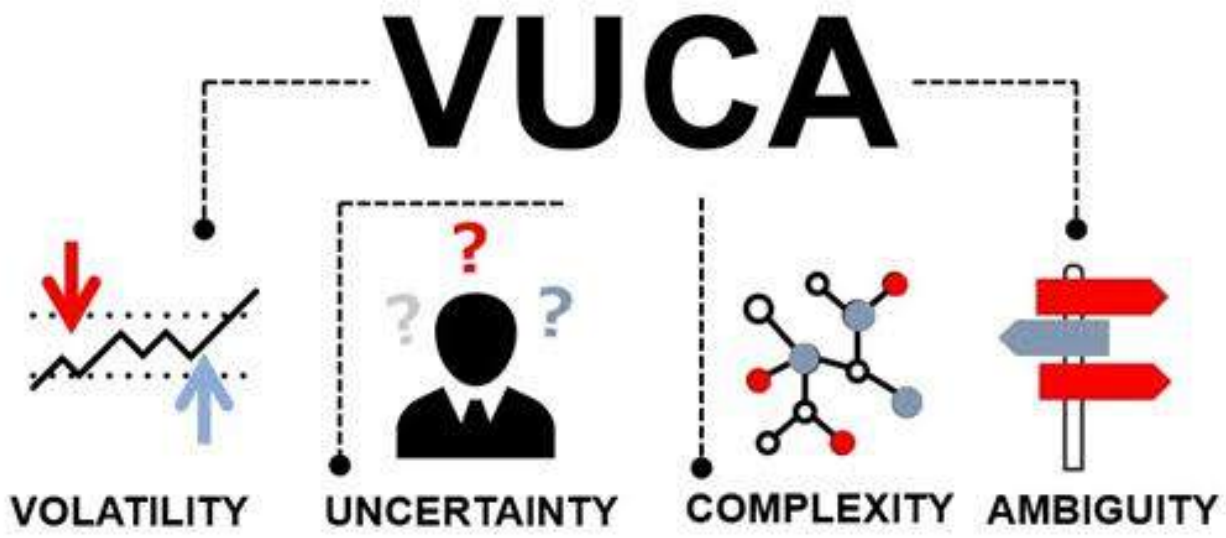
資料）2010年以前は総務省「国勢調査」、同「平成22年国勢調査人口等基本集計」、国土庁「日本列島における人口分布の長期時系列分析」（1974年）、2015年以降は国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（2012年1月推計）」より国土交通省作成


(万人)
(%)
推計値
14歳以下人口
15～64歳人口
65歳以上人口
高齢化率
(年)
1950 8,411 416 5,017 2,979 5
1955 9,007 479 5,517 3,012 5
1960 9,430 540 6,047 2,843 6
1965 9,921 624 6,744 2,553 6
1970 10,466 739 7,212 2,515 7
1975 11,189 887 7,581 2,722 8
1980 11,699 1,065 7,883 2,751 9
1985 12,101 1,247 8,251 2,603 10
1990 12,328 1,489 8,590 2,249 12
1995 12,544 1,826 8,716 2,001 15
2000 12,670 2,201 8,622 1,847 17
2005 12,729 2,567 8,409 1,752 20
2010 12,708 2,925 8,103 1,680 23
2015 12,520 3,342 7,592 1,586 27
2020 12,410 3,612 7,341 1,457 29
2025 12,066 3,657 7,085 1,324 30
2030 11,662 3,685 6,773 1,204 32
2035 11,212 3,741 6,343 1,129 33
2040 10,728 3,868 5,787 1,073 36
2045 10,221 3,856 5,353 1,012 38
2050 9,708 3,768 5,001 939 39
2055 9,193 3,626 4,706 861 39
2060 8,674 3,464 4,418 791 40

| 国名 | 人口(千人) | | |
|---|---|---|---|
| | 2016年 | 2060年 | 増加率(%) |
| アメリカ | 322,180 | 403,504 | 25.2 |
| 中国 | 1,403,500 | 1,276,757 | -9.0 |
| 日本 | 127,749 | 86,737 | -32.1 |
| ドイツ | 81,915 | 71,391 | -12.8 |
| イギリス | 65,789 | 77,255 | 17.4 |
| フランス | 64,721 | 72,061 | 11.3 |
| インド | 1,324,171 | 1,745,182 | 31.8 |
| イタリア | 59,430 | 54,387 | -8.5 |
| 世界 | 7,466,964 | 10,165,231 | 36.1 |
| G7 | 758,074 | 810,869 | 7.0 |
| 日本を除抜くG7 | 630,325 | 724,132 | 14.9 |

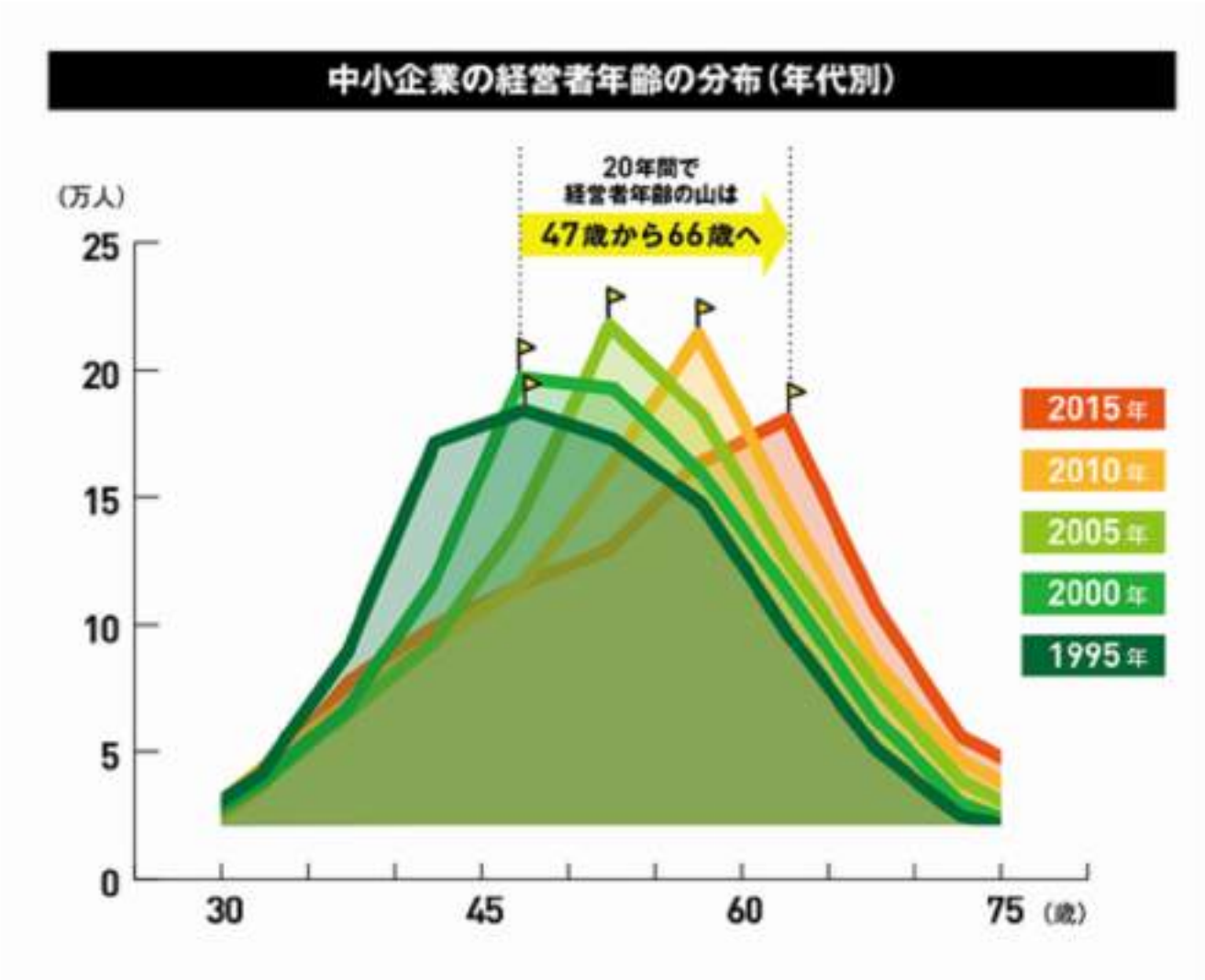

(%)
(米ドル)
86
84
82
80
78
76
74
72
70
60,000
55,000
50,000
45,000
40,000
35,000
30,000
25,000
20,000
生産性
人材評価
スイス
日本
スウェーデン
デンマーク
オランダ
カナダ
ベルギー
ドイツ
オーストリア
フランス
オーストラリア
イギリス
アイスランド
イスラエル
アメリカ
チェコ
ロシア
カザフスタン
ポーランド
キプロス
韓国
ハンガー
イタリア
クロアチア
ルーマニア
スロバキア
ポルトガル
ギリシャ
スペイン

5G

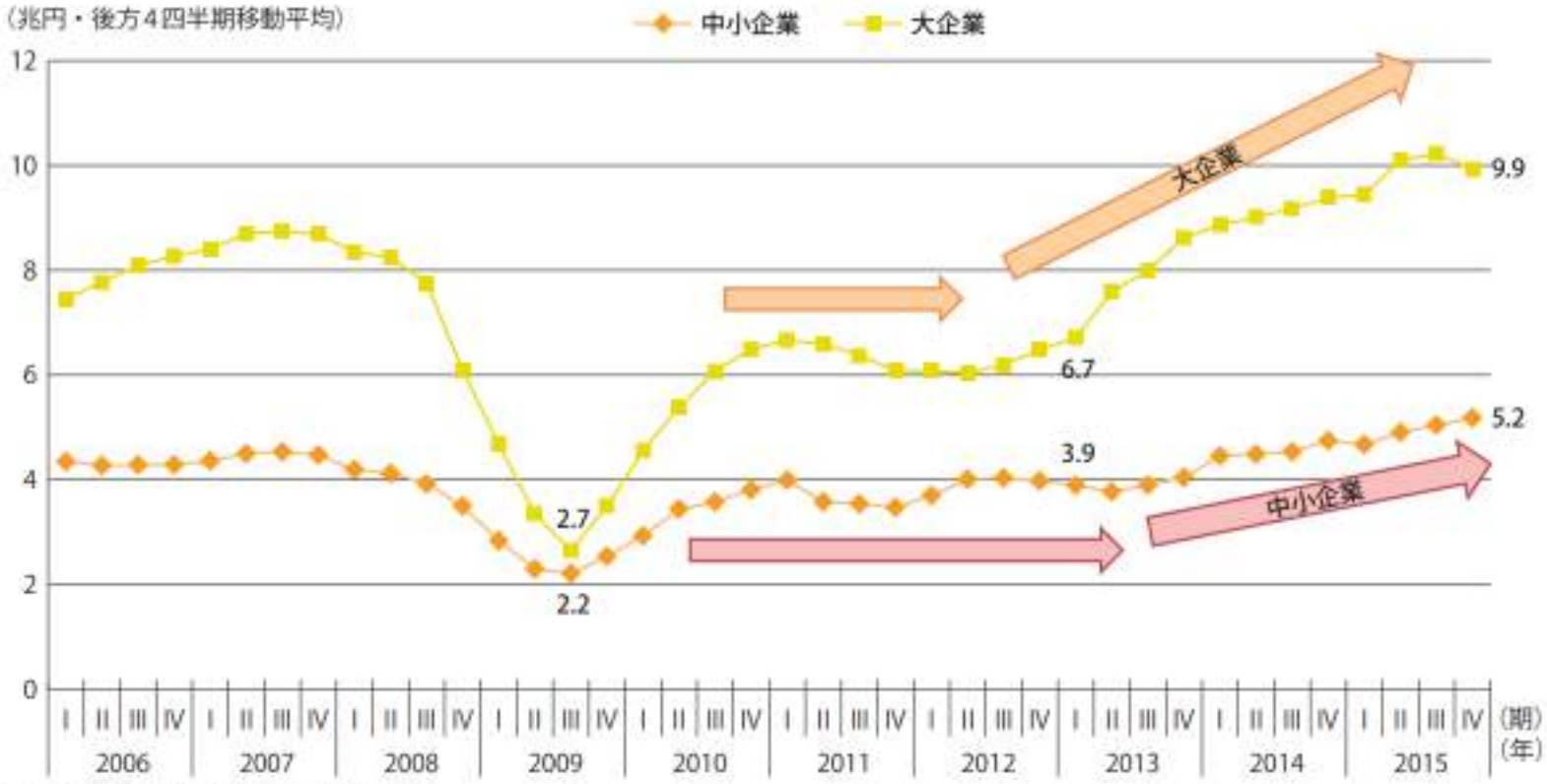



- Volatility (変動性)
- Uncetaity (不確実性)
- Complexity（複雑性）
- Ambigouity（曖昧性）

# ビジネススキームの高齢化

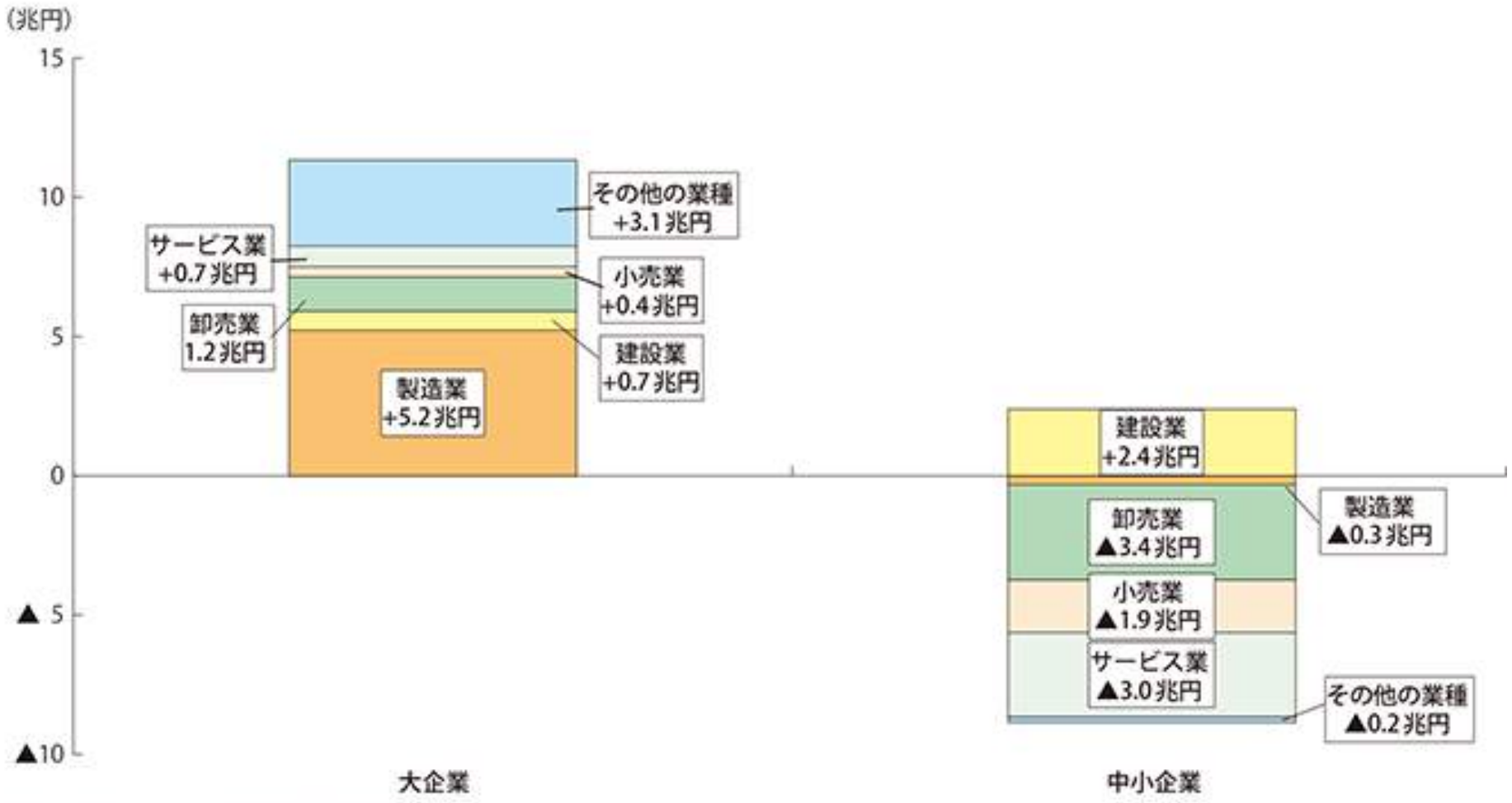


## 第1-2-11図① 経常利益の推移（規模別）



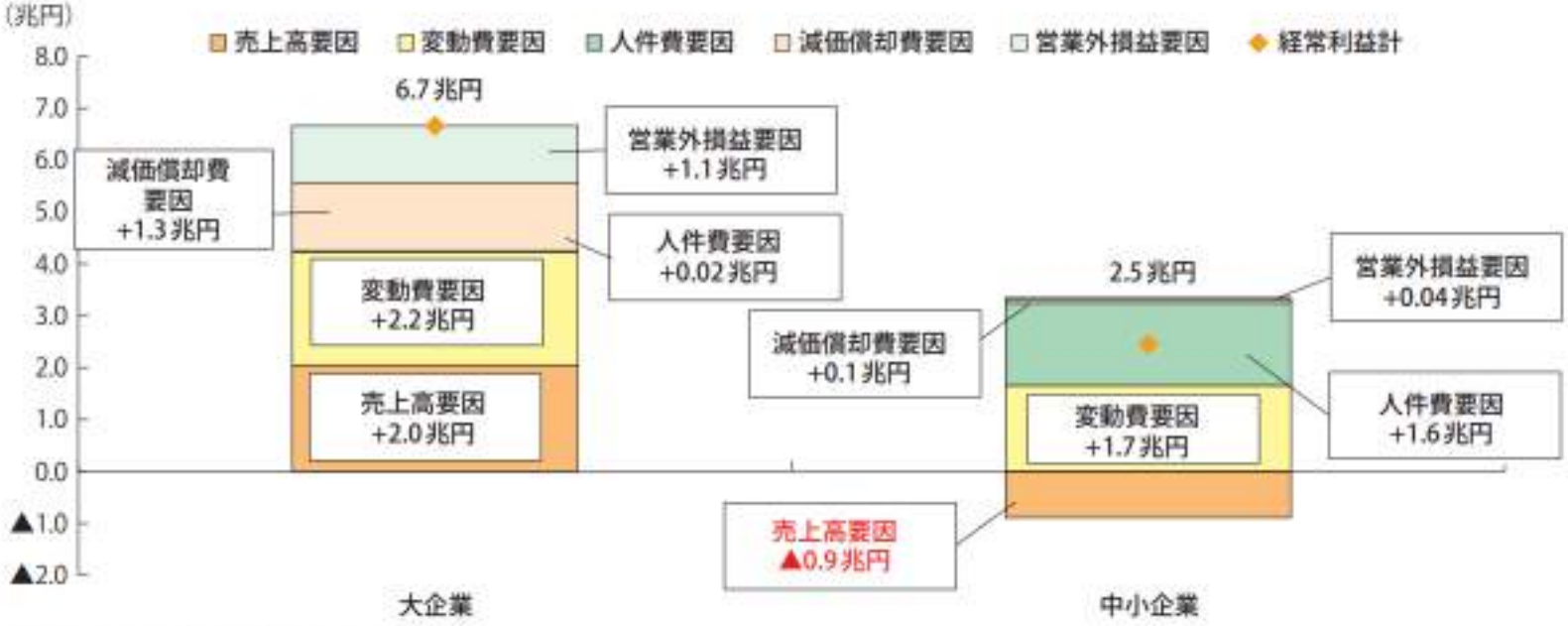

資料：財務省「法人企業統計調査季報」
（注） ここでいう大企業とは資本金10億円以上の企業、中小企業とは資本金1千万円以上1億円未満の企業とする。

## 第1-2-14図　売上高　業種別分解（2009年と2015年の第1-4四半期の平均　増加分）




資料：財務省「法人企業統計調査季報」
（注）　ここでいう大企業とは資本金10億円以上の企業、中小企業とは資本金1千万円以上1億円未満の企業とする。

## 第1-2-12図　経常利益の要因分解（2009年と2015年の第1-4四半期の平均　増加分）




資料：財務省「法人企業統計調査季報」

（注）1. 大企業は、資本金10億円以上の企業とし、中小企業は、資本金1,000万円以上1億円未満の企業とする。

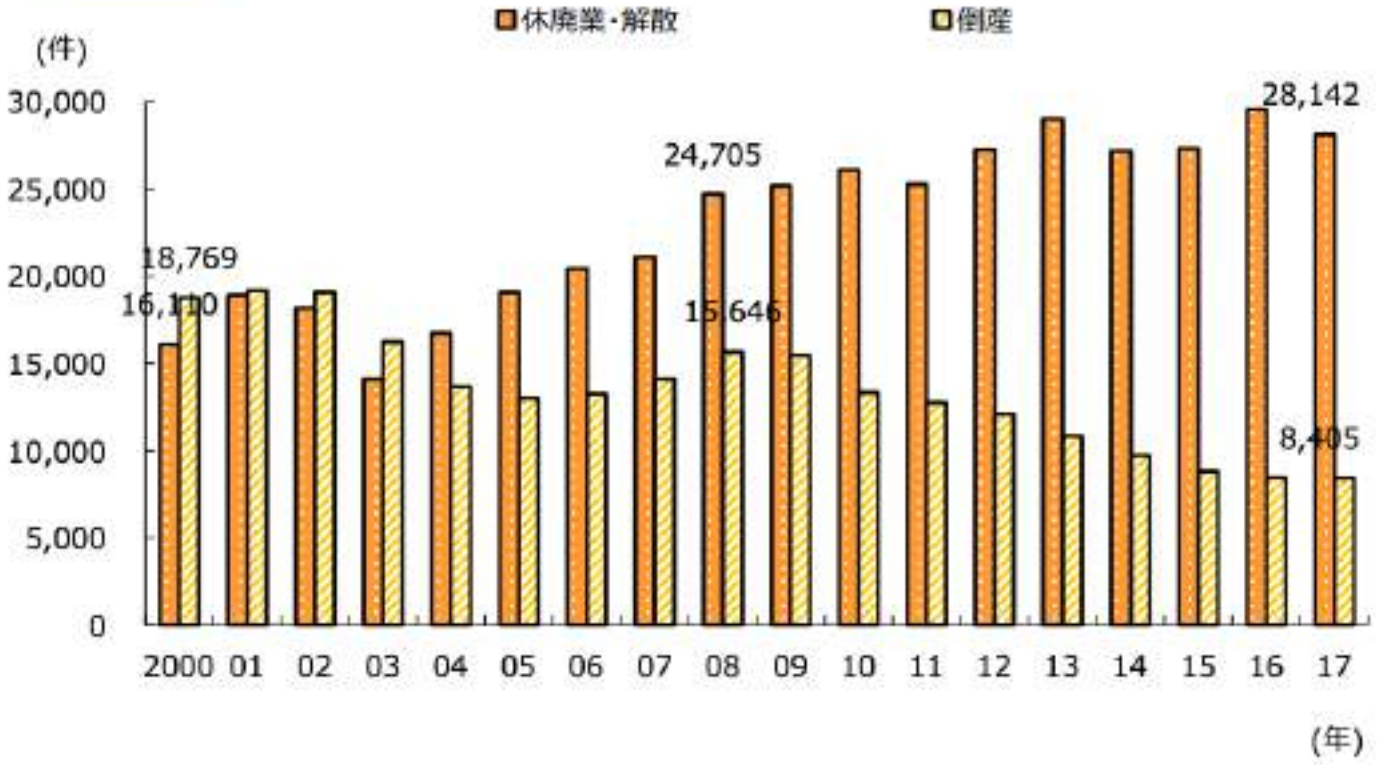
2. 経常利益の要因分解は、以下の方法により算出した。

$\pi$：経常利益　S:売上高　F：固定費（人件費（P）＋営業外損益要因（N）＋減価償却費（D））　V：変動費

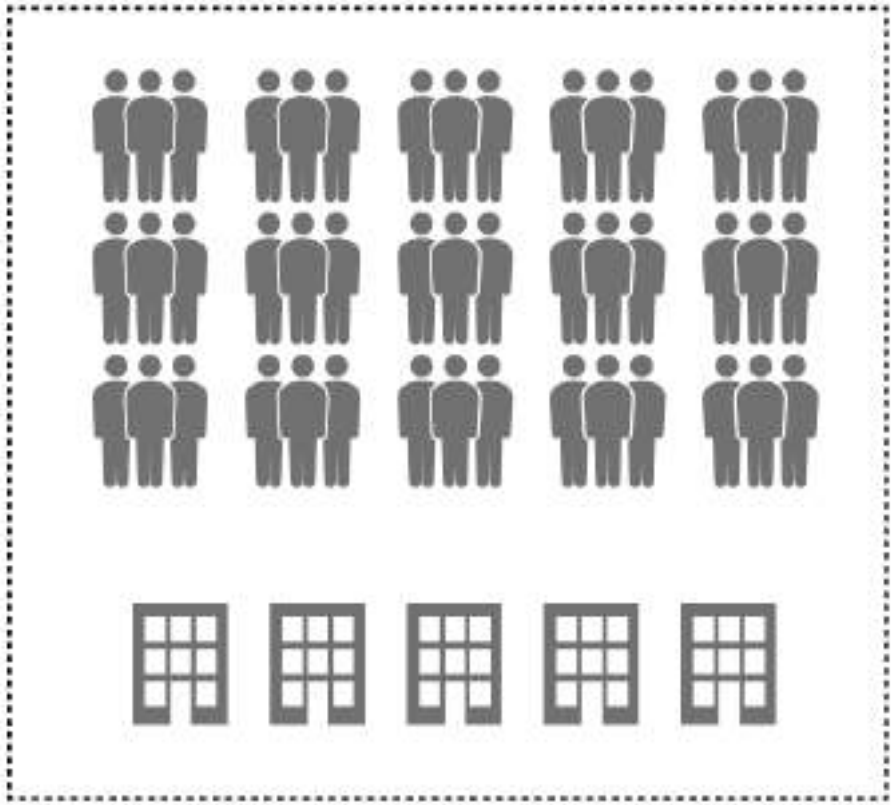
$\pi = S - V - F$ より、$\pi = S - S \times V/S - P - N - D$

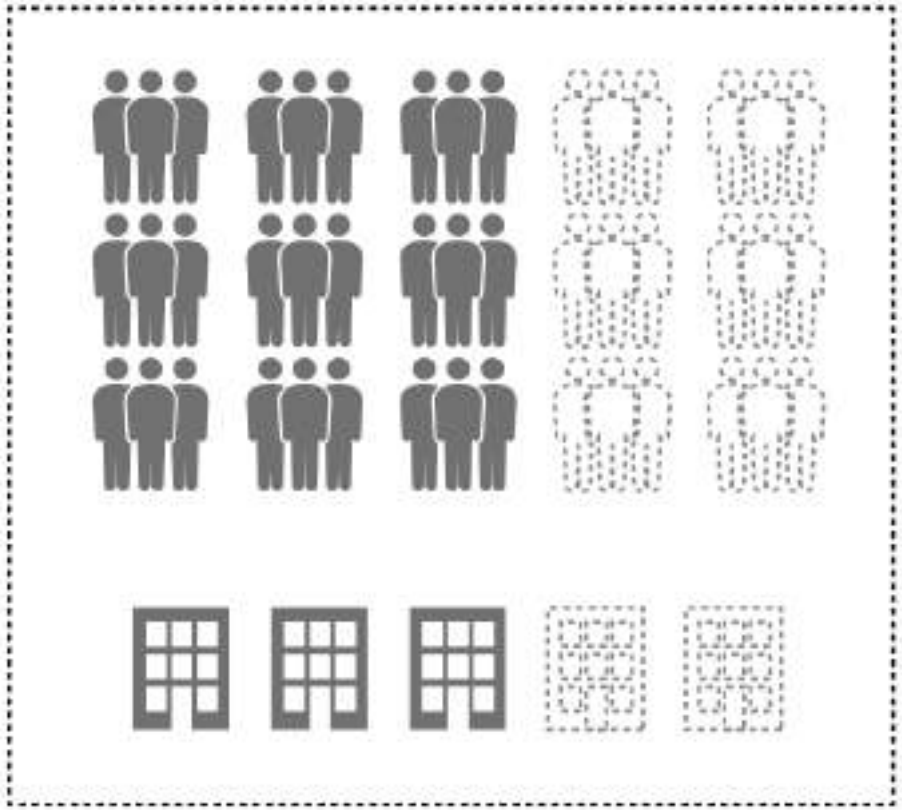
$$\Delta\pi = \underbrace{(1-V/S) \times \Delta S}_{\text{売上高要因}} - \underbrace{\Delta(V/S) \times S}_{\text{変動費要因}} - \underbrace{\Delta P}_{\text{人件費要因}} - \underbrace{\Delta N}_{\text{営業外損益要因}} - \underbrace{\Delta D}_{\text{減価償却費要因}}$$

## 図2 休廃業・解散件数、倒産件数の推移



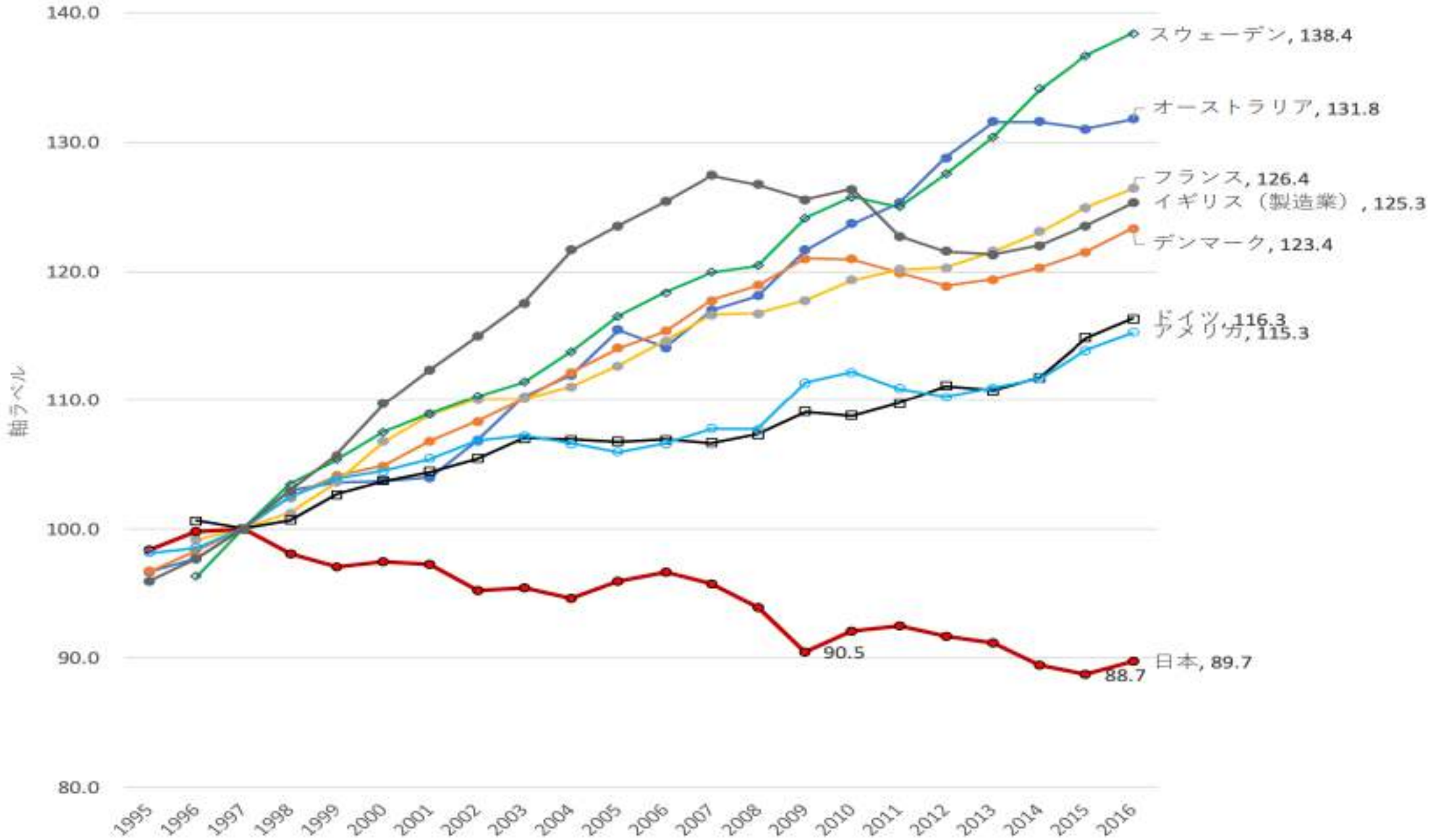
人口減少シフトのなか、このビジネスをつづけるのか？

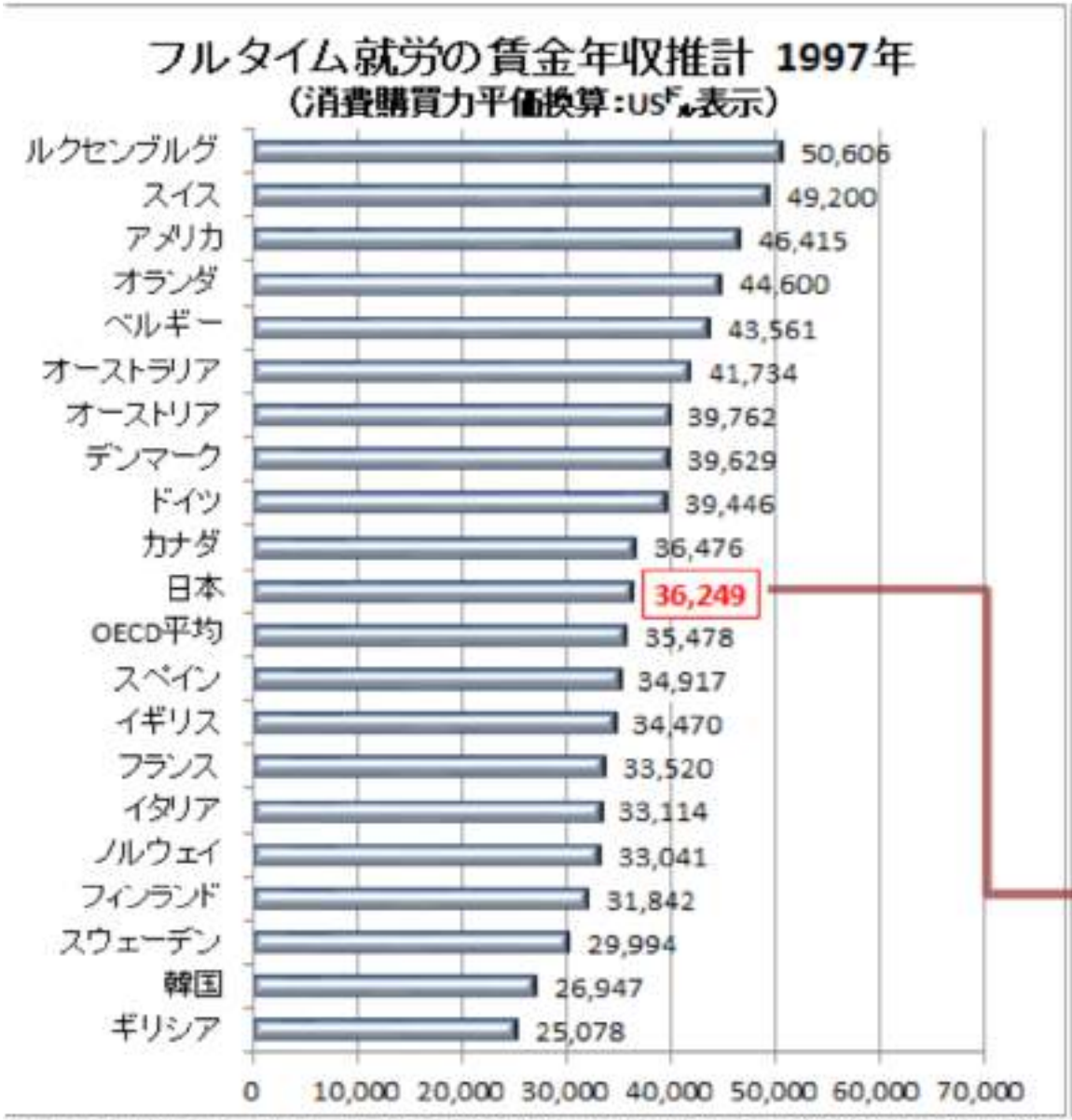




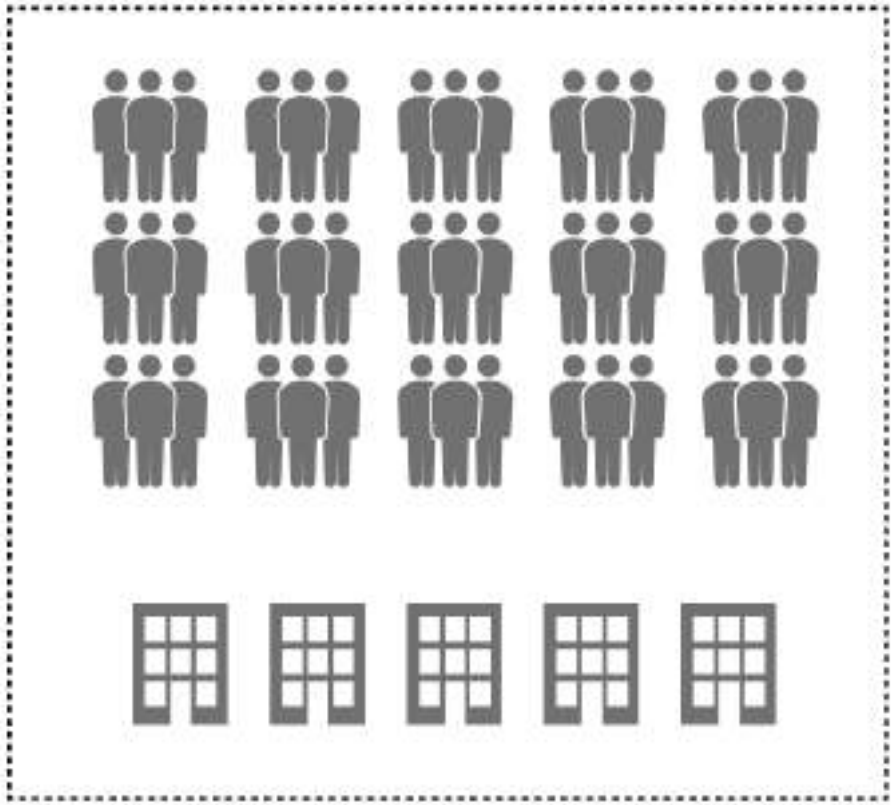
生存者利益だけでいいのか

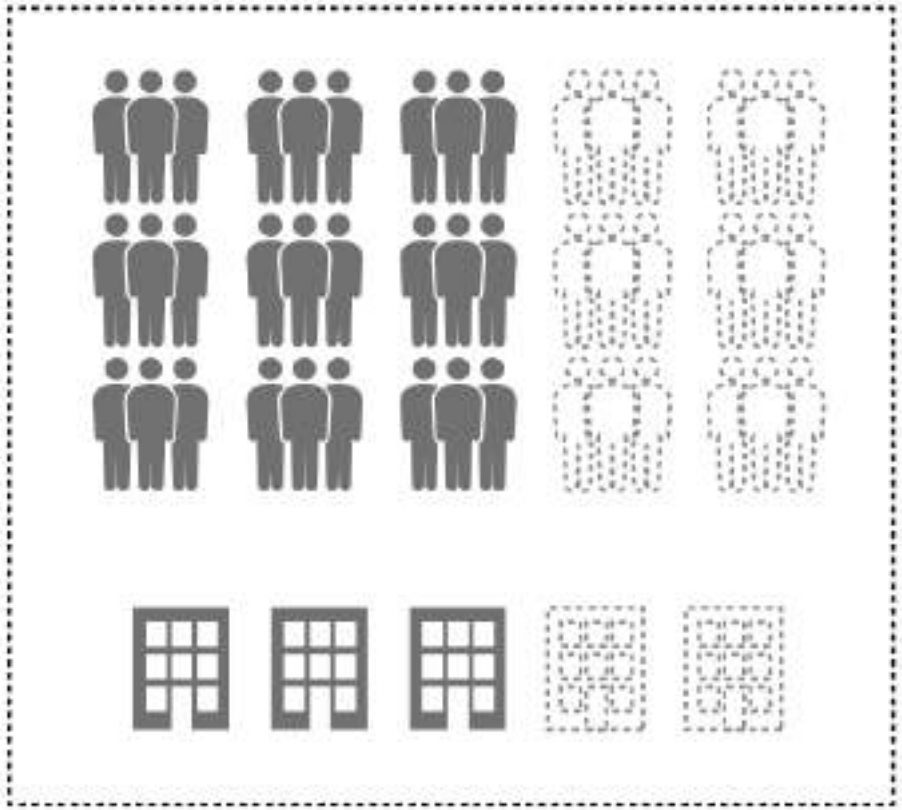
# 実質賃金指数の推移の国際比較（1997年＝100）



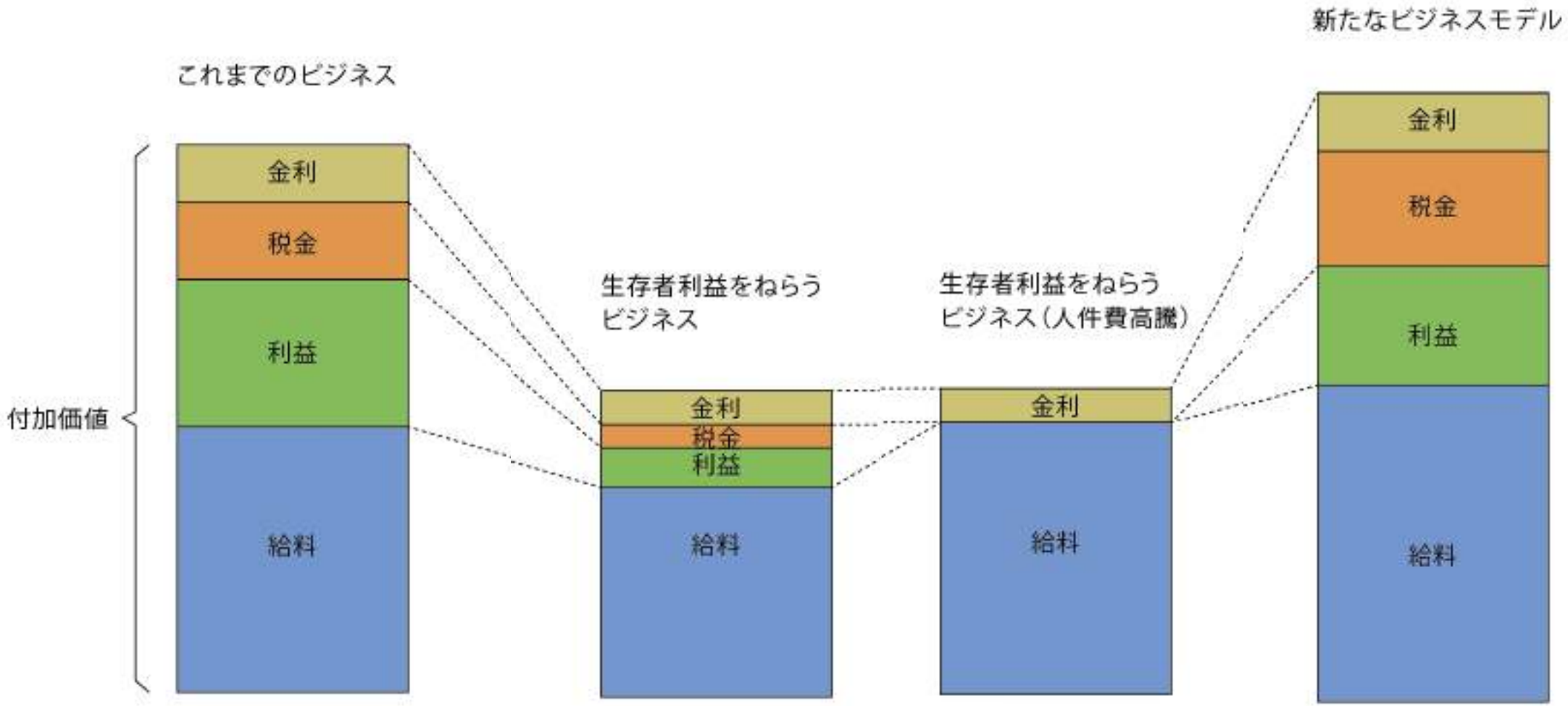


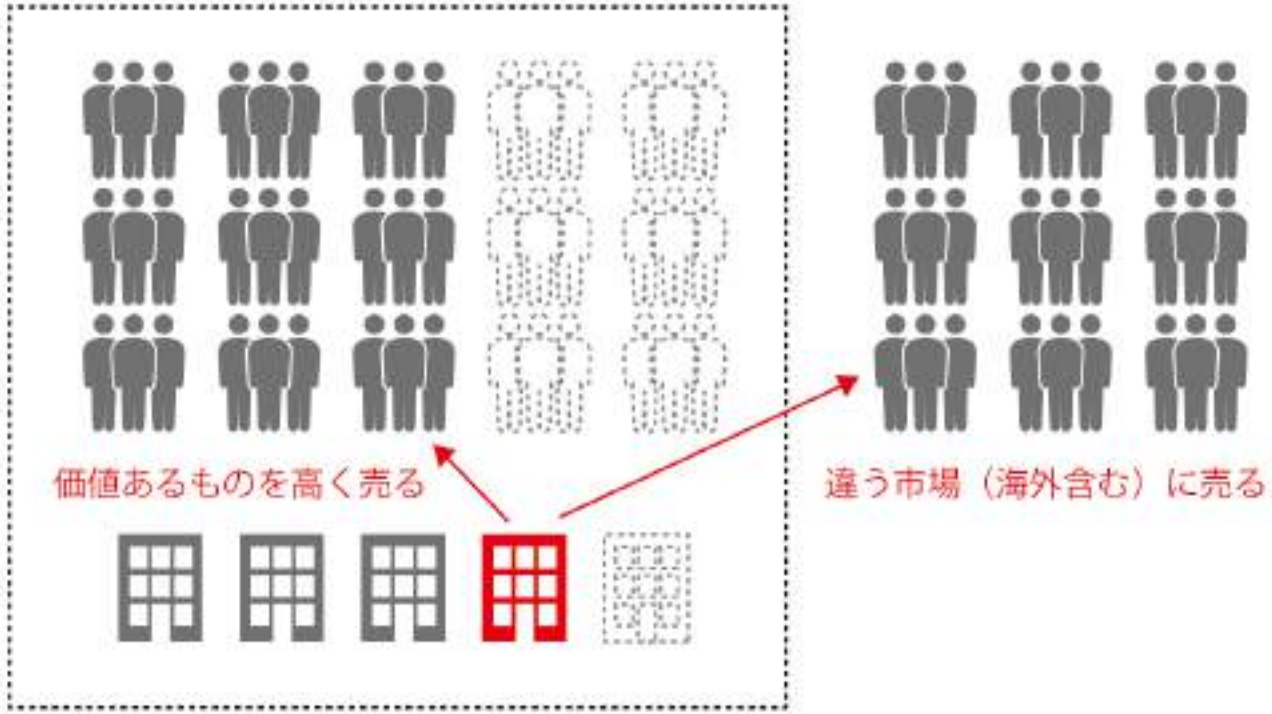
注1：OECD統計より作成。各国国民経済計算における公務・民間全産業の労働者の賃金年収をフルタイム換算労働者数で割り、2015年の消費購買力平価で比較しUS$表示した。
注2：賃金年収には一般労働者の賃金・手当・賞与（税・社会保険料本人負担含む）のほか役員報酬等も含まれる。社会保険料の使用者負担分は含まない。





生存者利益だけでいいのか


新たなビジネスモデル
これまでのビジネス
金利
税金
利益
給料
付加価値
生存者利益をねらう
ビジネス
金利
税金
利益
給料
生存者利益をねらう
ビジネス（人件費高騰）
金利
給料
金利
税金
利益
給料




経営自体をデザインする

7ヶ月間チーム伴走型プログラム

ともに考え
ともにデザイン
ともに戦う

デザ経 一体化

未来を諦めたくない。形勢を逆転する為に

withコロナ・大転換時代

# デザインの力で経営を変え、生き残る経営。

**参加企業・デザイナー募集**

参加企業募集 8社募集 × デザイナー募集 4名募集

事前説明会 7/15 15:00-16:30

起業プラザひょうご 神戸市中央区 東弁通 3-2-1 テンパル6階

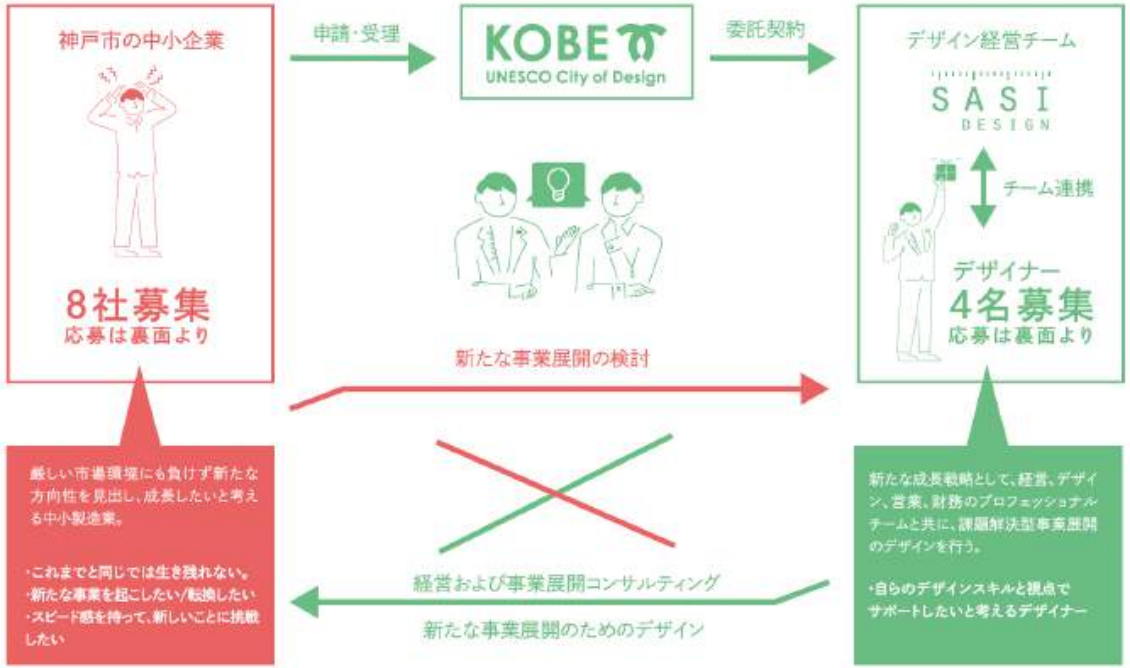
締切 7/20 面談 7/22

経営はデザインだ
BE KOBE

経営・デザイン一体化推進事業
主催：神戸市

http://sasi-d.com/designkeiei/

## 「デザ経」の仕組み




「デザ経」は企業価値最大化のための「デザイン経営プラットフォーム」です。

SASI
DESIGN

ビジョン

技術

技能

スピード

営業・販売

コンセプト

生産管理

デザイン（狭義）

総務

財務

法務

人事

労務

SASI DESIGN

ビジョン

タッチポイント

技術

ストーリー

技能

スピード

デザイン（狭義）

営業・販売

掛け合わせ

テクノロジー

コンセプト

WHAT

異素材

生産管理

総務

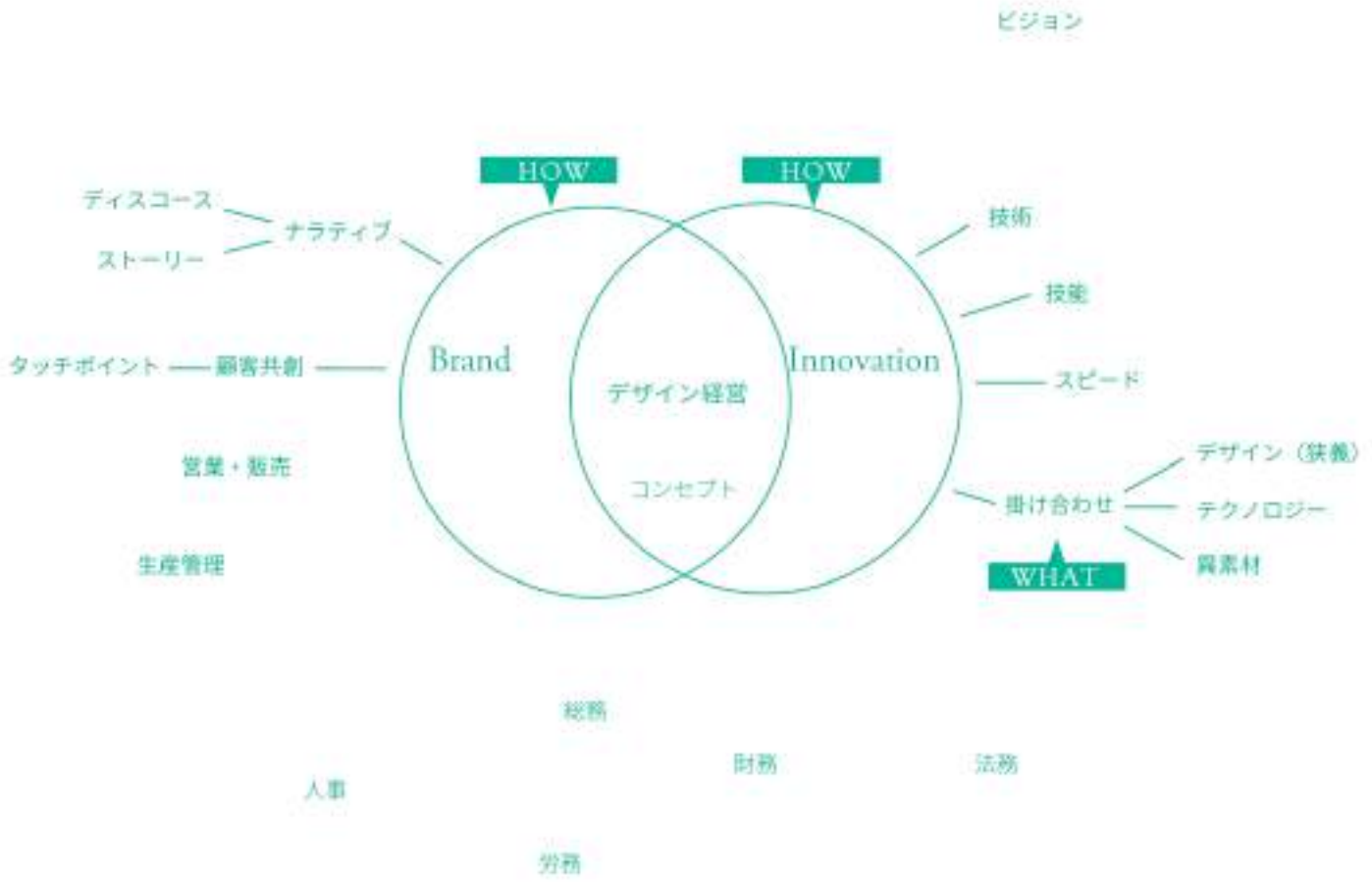
財務

法務

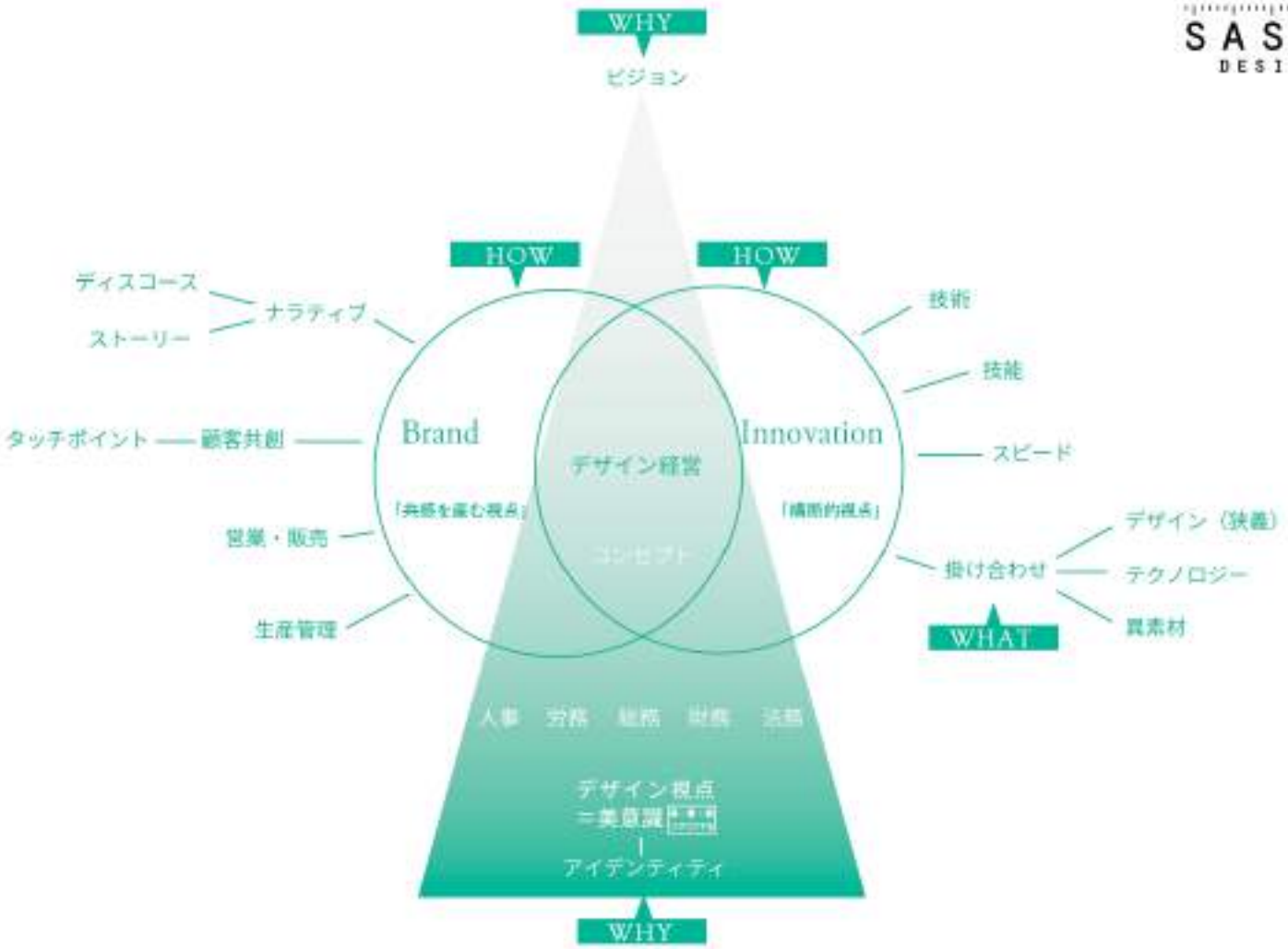
人事

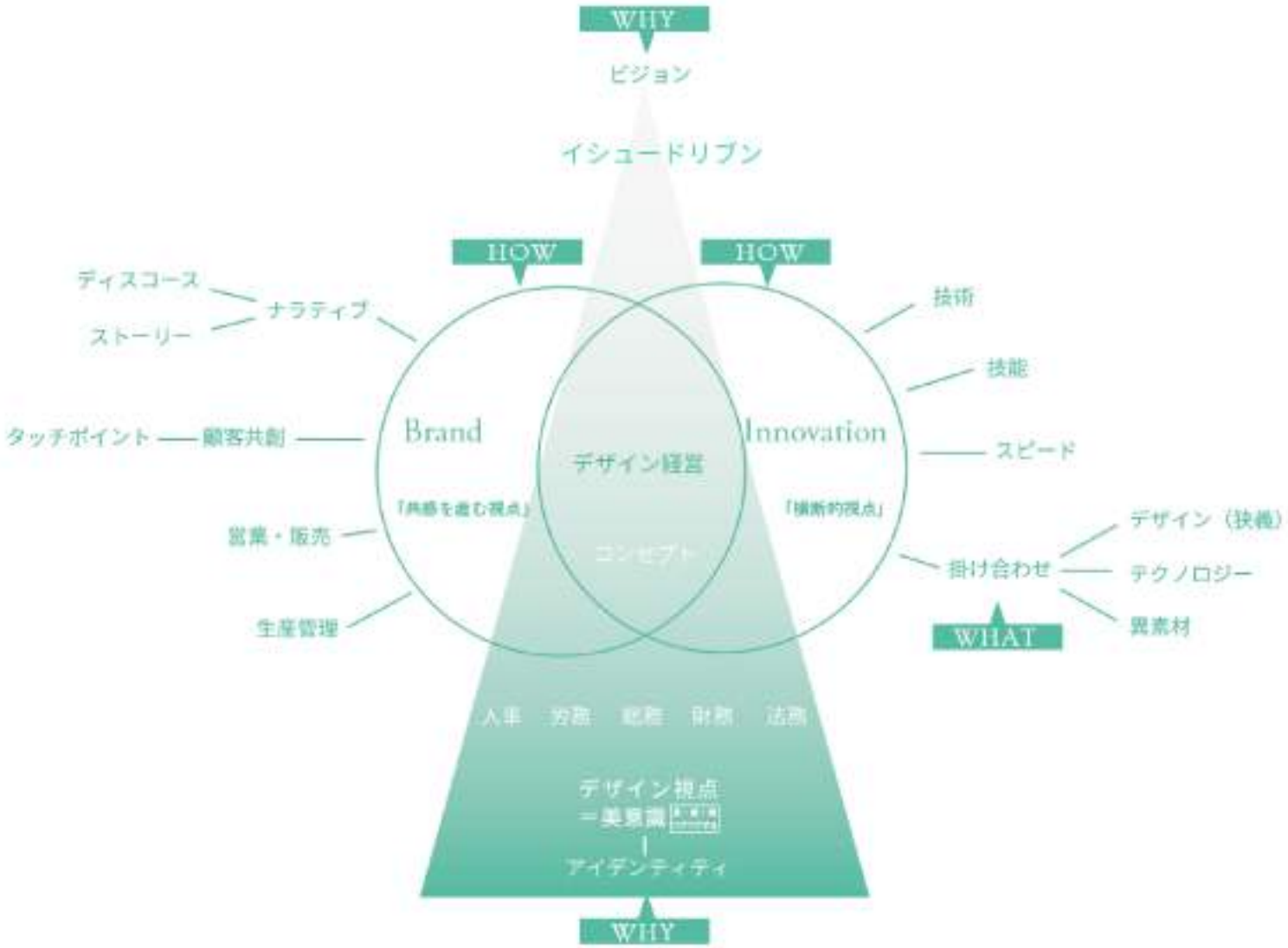
労務

SASI DESIGN


ビジョン
HOW
HOW
ディスコース
ナラティブ
ストーリー
タッチポイント
顧客共創
Brand
デザイン経営
コンセプト
Innovation
技術
技能
スピード
営業・販売
生産管理
デザイン（狭義）
テクノロジー
掛け合わせ
素材
WHAT
総務
財務
法務
人事
労務

SASI DESIGN


WHY
ビジョン
HOW
HOW
ディスコース
ストーリー
ナラティブ
タッチポイント
顧客共創
Brand
「共感を産む視点」
営業・販売
生産管理
デザイン経営
コンセプト
Innovation
「構造的視点」
技術
技能
スピード
デザイン（狭義）
掛け合わせ
テクノロジー
異素材
WHAT
人事
労務
総務
財務
法務
デザイン視点
＝美意識
アイデンティティ
WHY




目指すデザイン経営は、イシュードリブンであり、社会課題解決（共感を呼ぶ）ために、これまでにない組み合わせ（イノベーション）で企業価値を高めることにある。

## 成し遂げたいこと

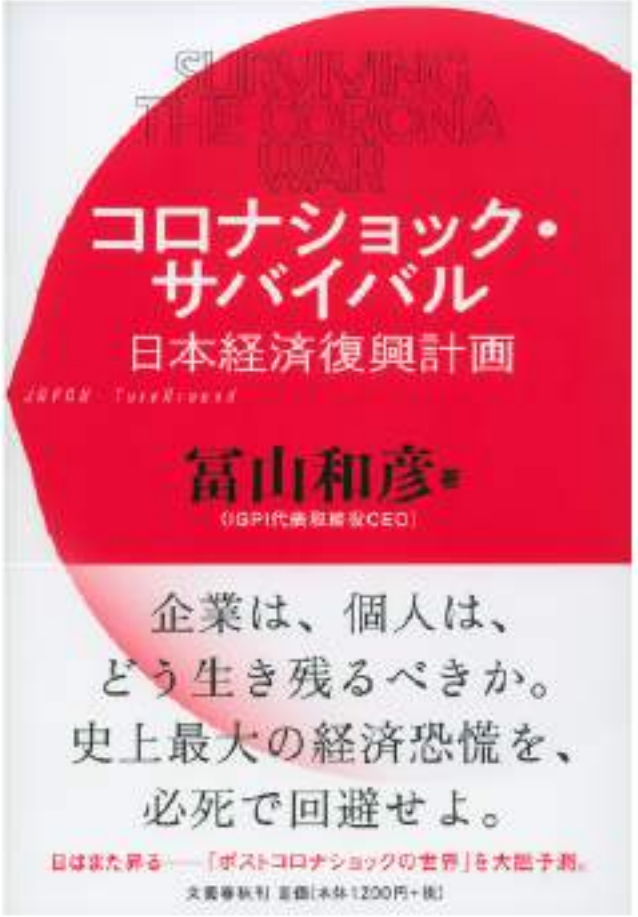
企業経営の考え方を変えたい（パラダイムシフト）

時代を変えるプレイヤーを出したい（イノベーション）

経営者がビジョンを達成するチームを作りたい（ビジョナリーチーム）

デザイン経営の最新情報をキャッチする場を作りたい（デザインコミュニティ）

コロナショックサバイバル
日本経済復興計画
富山 和彦 著



# 中小企業の基礎疾患

オーナーシップによる日本的経営

&

ヒエラルキー

# 1

## 想像力

## 最悪の想定をおき、最善の準備をせよ

人間の自己保存本能として、経営的最悪のシナリオを描くことにブレーキがかかる。 → 漫然と楽観シナリオをメインストーリーに物事が決まっていく。

↓

**楔をうてるのはトップリーダーだけ**

## 2

## 透明性

# Bad newsをあからさまにせよ

悪い報告はリーダーにとって共通の恐怖感である。つい蓋をしたくなる

→

現場にも同様の忖度が働き、悪い報告か間引くことが習慣化してしまう

↓

**透明性から逃げることは破滅に向かうこと**

3

## 現金残高

# PLを捨て、キャッシュフローへ

PLを改善することで「病状」が
よくなっていると安心したい

→

売上や利益を増やすために手を打っても
むしろキャッシュポジションは悪くなる

↓

**管理すべきは命綱であるキャッシュ**

# 4

## 捨てる覚悟

### 何を本当に残すか、迅速果断なトリアージ経営

「あれもこれも」であちこちに気を配り
win-winになれる選択肢を探す

→

答えを探している間にますます状況
が悪化し、追い込まれてしまう

↓

何を本当に残すべきか明確に腹を括る

5

## 即断即決

# プロを集めて即断即決、朝令暮改

重要な問題だから衆議を尽くして
皆んなで決定する

→

誰も決断できず衆議ばかりが続き、
時間だけが過ぎて問題が深刻化

▼

**何を本当に残すべきか明確に腹を括る**

6

## タフネス

# 最後まで立ち続ける「ザ ラストマン スタンディング」

決断すれば株主や金融機関にも
迷惑をかけてしまうかもしれない

→

優先順位をつけるべきことに付けられず
危機時を乗り切ることができない

↓

**ストレスに耐えうるタフネスを持つ**

7

資本の名人

## 二種類の「お金」を用意せよ

当座の危機を乗り切るための
資金がショートしてしまう

→

そもそもの根本的な課題を解決するために
融資ではなく資本が必要になる

↓

つなぎ資本とリスクキャピタルを使い分ける

8

ネアカ

## 危機は新たなビジネスチャンス！

世の中の空気や社内の空気に
流されて守りに入る

→

平時なら「理屈通り」経営できたが
決断できず未来を掴むチャンスを逸する

↓

**前向きな諦観、居直りができるリーダーが未来を変える**

# デザイン経営を実現するチーム

経営もデザインもしっかりとサポート、新たな方向性を導き出すためのチーム

ディレクター

近藤清人　株式会社SASI DESIGN

**役割** 経営コンサルティング
ブランド構築アドバイス

サブディレクター
ロジャージャンソン
株式会社SASI DESIGN

和田匡弘
WADA

**役割** グラフィックデザイン
プロダクトデザインなどのサポート

＋

デザイナー

デザイナーを公募
詳しくは裏面

関西で活躍するデザイナー

**役割** デザイン視点によるブランド戦略
イノベーションのデザイン表現

セールスディレクター

岩本真一　株式会社ICS

**役割** セールスディレクション
マーケティングセッション

ファイナンスディレクター

川原拓馬　株式会社CIZA CONSALTING

**役割** 事業計画書アドバイス

## 目指すGOAL

### デザイン視点で経営のアップデートを

商品開発だけでなく、デザインの視点を経営全体に行き届け、労務や人事、財務や投資活動に至るまで、企業価値最大化のためのデザイン経営を目指します。

フォローアップ

**7/15** 15:00-16:30
「デザ経」事前説明会
当日の説明内容は後日WEBにてご覧いただけます。

START

**7/31** 16:00-18:30
デザイン経営レクチャー
神戸市とディレクターからデザイン経営のレクチャー

申込・選考
申込みフォームより、参加申込をしていただき、面談（デザイナーは書類選考あり）で選考。

**8/6** 16:00-18:30
経営・ファイナンスレクチャー
企業価値を最大化するための経営基礎のレクチャー

企業が取り組む
自社の財務諸表を確認し、経営指標を中期の上、参加。（個別計画書、重複対応表など）

**8/27 8/28** 時間は後日設定
ヒアリング・強みの整理
自社のアイデンティティ、強みの整理の為のヒアリング

企業が取り組む
配布する資料を元に、自社の強みやビジョンについての考察を深める。

**9/10 9/11** 時間は後日設定
ビジョン想像・課題整理
ビジョンを描き、課題を整理するセッション

企業が取り組む
配布する資料や、前回のヒアリングを元にビジョンを描き、自社の課題について考察。

**10/22 10/23** 時間は後日設定
コンセプト・ビジネススキームのチェック
コンセプトと収益化のためのセッションの繰り返し
※この日はチェック日です。ここまでにコンセプトをまとめます。

デザイナーマッチング
マッチングしたデザイナーとチームで相談回、課題を解決するコンセプトとビジネスを検討しラフをつくる。

デザイナーが取り組む
企業とともにプログラムに参加し、企業の強みを生かした課題解決の方向性を検討する。
（この期間、デザイナーは前回企業の情報や資料を実際に参加、WEBなどにアーカイブされた情報などを確認して、どのように課題解決をするかを検討してください。）

**11/6** 14:00-18:00
中間発表・交流会
コンセプト発表と事業参加者交流会

チームで取り組む
前回のチェックで指摘された内容を元に、もう一度コンセプトなどを練り返し、発表の準備をする。

**11/19 11/20** 時間は後日設定
セールスチェック
セールスの観点からの事業見直し

チームで取り組む
販売など実際にビジネスを行うための価格や修復などの要素を実際に落とし込む。

**12/10 12/11** 時間は後日設定
ビジネススキームブラッシュアップのチェック
再度ビジネススキームについてのセッションの繰り返し
※この日はチェック日です。ここまでにスキームをまとめます。

チームで取り組む
前回の課題を意識しながら、実際のビジネスとして収益化出来る仕組みを検討。

**1/14 1/15** 時間は後日設定
中期経営計画・各計画
経営計画やカスタマージャーニーなどの計画を行う

チームで取り組む
新たなビジネス展開を想定に入れた中期経営計画など事前配布した計画書をもとに計画。

**2/5** 時間は後日設定
パブリックプレゼンテーション&交流会
自社の事業についてのプレゼンテーション（グランフロント大阪予定）

チームで取り組む
ここから一歩を踏み出すためにチームで協力して迫力あるプレゼンテーションを作り込む。

**2/18 2/19** 時間は後日設定
事業計画書策定
これからの事業計画書づくりの基礎を学ぶ

企業が取り組む
プレゼンした内容を実際の計画に落とし込む。

## 経営 / デザイン

株式会社SASI DEDIGN 代表取締役 CEO
株式会社DtoD 代表取締役 CEO

近藤　清人

株式会社 SASI DESIGN　代表取締役
株式会社 DtoD 代表取締役
起業プラザひょうごメインコーディネーター
ひょうご経済・雇用活性化プラン策定会議 構成員(2018)
宝塚商工会議所　役員・常議員
中小企業庁 ミラサポ専門家派遣事業 専門家
兵庫県商工会連合会 専門家派遣事業 専門家
奈良県商工会連合会 専門家派遣事業 専門家
京都府商工会連合会　エキスパートバンク事業　エキスパート
ひょうご産業活性化センター専門家派遣事業 専門家
神戸市産業振興財団　専門家派遣事業　専門家
公益財団法人　岡山産業振興財団　おかやま専門家
公益財団法人　埼玉県産業振興公団　専門家
岡山県六次産業化アドバイザー

## 人材

株式会社SASI DESIGN　取締役 CSO
株式会社DtoD　取締役 COO

岩元　真一

1976年兵庫県尼崎市生まれ。リクルートグループで営業部門のマネジメントやM&A買収先に出向し、新規事業開発に携わる。その後、ベンチャー企業の経営幹部、ヘッドハンターとして活躍後、2018年から新しい働き方を体現すべくパラレルワーカーとして独立。現在はSASI DESIGNを筆頭に経営支援や新規事業立ち上げ支援を実行中。

## ファイナンス

株式会社CIZA CONSULTING　代表
株式会社DtoD　社外CFO

川原　拓馬

神戸大学経営学部卒。
新卒で商工中金に入庫。業況の厳しい中小規模の企業を中心に約100社を担当、30社以上の改善計画策定支援、資金繰り改善支援に関わる。
(株)アットストリームに入社し、大企業を中心に、事業計画策定、事業再生、経営管理改革など各種プロジェクトに参画。メガバンクの営業力強化プログラム、東証一部上場企業の経営管理改革・原価管理改革など手掛ける。(株)シザコンサルティングを設立。資金調達、赤字企業の立て直し、ベンチャー企業の財務戦略などを手掛ける。

## 1 オリエンテーション

実施：8/29

人口減からなるGDP減少や先の読めない時代において、これから存続でき、さらに伸びていくための企業に必要なのはイノベーションである。しかし、日本の99.7%を占める中小企業はこのイノベーションが不得意である。そのイノベーションを起こすために活用する「デザイン」への理解が不可欠であるといえる。初回であるオリエンテーションは、経営者とデザイナーが共に目指すべき「デザイン」の活用方法と経営戦略をどのようにとるか？「デザイン経営」という新たな視点から伝えた。

# デザイン経営を実現するチーム

経営もデザインもしっかりとサポート、新たな方向性を導き出すためのチーム

ディレクター

近藤清人　株式会社SASI DESIGN

**役割** 経営コンサルティング
ブランド構築アドバイス

サブディレクター
ロジャージャンソン
株式会社SASI DESIGN

和田匡弘
WADA

**役割** グラフィックデザイン
プロダクトデザインなどのサポート

＋

デザイナー

デザイナーを公募
詳しくは裏面

関西で活躍するデザイナー

**役割** デザイン視点によるブランド戦略
イノベーションのデザイン表現

セールスディレクター

岩本真一　株式会社ICS

**役割** セールスディレクション
マーケティングセッション

ファイナンスディレクター

川原拓馬　株式会社CIZA CONSALTING

**役割** 事業計画書アドバイス

## 目指すGOAL

### デザイン視点で経営のアップデートを

商品開発だけでなく、デザインの視点を経営全体に行き届け、労務や人事、財務や投資活動に至るまで、企業価値最大化のためのデザイン経営を目指します。

フォローアップ

**7/15** 15:00-16:30
「デザ経」事前説明会
当日の説明内容は後日WEBにてご覧いただけます。

START

**7/31** 16:00-18:30
デザイン経営レクチャー
神戸市とディレクターからデザイン経営のレクチャー

申込・選考
申込みフォームより、参加申込をしていただき、面談（デザイナーは書類選考あり）で選考。

**8/6** 16:00-18:30
経営・ファイナンスレクチャー
企業価値を最大化するための経営基礎のレクチャー

企業が取り組む
自社の財務諸表を確認し、経営指標を中期の上、参加。（個別計画書、重複対応表など）

**8/27 8/28** 時間は後日設定
ヒアリング・強みの整理
自社のアイデンティティ、強みの整理の為のヒアリング

企業が取り組む
配布する資料を元に、自社の強みやビジョンについての考察を深める。

**9/10 9/11** 時間は後日設定
ビジョン想像・課題整理
ビジョンを描き、課題を整理するセッション

企業が取り組む
配布する資料や、前回のヒアリングを元にビジョンを描き、自社の課題について考察。

**10/22 10/23** 時間は後日設定
コンセプト・ビジネススキームのチェック
コンセプトと収益化のためのセッションの繰り返し
※この日はチェック日です。ここまでにコンセプトをまとめます。

デザイナーマッチング
マッチングしたデザイナーとチームで相談回、課題を解決するコンセプトとビジネスを検討しラフをつくる。

デザイナーが取り組む
企業とともにプログラムに参加し、企業の強みを生かした課題解決の方向性を検討する。
（この期間、デザイナーは前回企業の情報や資料を実際に参加、WEBなどにアーカイブされた情報などを確認して、どのように課題解決をするかを検討してください。）

**11/6** 14:00-18:00
中間発表・交流会
コンセプト発表と事業参加者交流会

チームで取り組む
前回のチェックで指摘された内容を元に、もう一度コンセプトなどを練り返し、発表の準備をする。

**11/19 11/20** 時間は後日設定
セールスチェック
セールスの観点からの事業見直し

チームで取り組む
販売など実際にビジネスを行うための価格や修復などの要素を実際に落とし込む。

**12/10 12/11** 時間は後日設定
ビジネススキームブラッシュアップのチェック
再度ビジネススキームについてのセッションの繰り返し
※この日はチェック日です。ここまでにスキームをまとめます。

チームで取り組む
前回の課題を意識しながら、実際のビジネスとして収益化出来る仕組みを検討。

**1/14 1/15** 時間は後日設定
中期経営計画・各計画
経営計画やカスタマージャーニーなどの計画を行う

チームで取り組む
新たなビジネス展開を想定に入れた中期経営計画など事前配布した計画書をもとに計画。

**2/5** 時間は後日設定
パブリックプレゼンテーション&交流会
自社の事業についてのプレゼンテーション（グランフロント大阪予定）

チームで取り組む
ここから一歩を踏み出すためにチームで協力して迫力あるプレゼンテーションを作り込む。

**2/18 2/19** 時間は後日設定
事業計画書策定
これからの事業計画書づくりの基礎を学ぶ

企業が取り組む
プレゼンした内容を実際の計画に落とし込む。

## 4 アイデンティティ確認

実施：10/7,8

初回ヒアリングと企業見学リサーチを行なった上で、確認しているアイデンティティやビジョン、企業の強みなどの再整理を行うためのセッション。企業の持てる技術や生産背景などをデザイナーから報告し、経営者、ディレクターと共に進むべきビジョンや、ビジョンを叶えるコンセプトなどをセッションしながらまとめていく。作り上げたコンセプトにどのようなデザインが戦略上寄与することができるか？ということをフリーセッションしながら、非常に確固な事業戦略の骨幹を考えた。

# デザイン経営を実現するチーム

経営もデザインもしっかりとサポート、新たな方向性を導き出すためのチーム

ディレクター

近藤清人　株式会社SASI DESIGN

**役割** 経営コンサルティング
ブランド構築アドバイス

サブディレクター
ロジャージャンソン
株式会社SASI DESIGN

和田匡弘
WADA

**役割** グラフィックデザイン
プロダクトデザインなどのサポート

＋

デザイナー

デザイナーを公募
詳しくは裏面

関西で活躍するデザイナー

**役割** デザイン視点によるブランド戦略
イノベーションのデザイン表現

セールスディレクター

岩本真一　株式会社ICS

**役割** セールスディレクション
マーケティングセッション

ファイナンスディレクター

川原拓馬　株式会社CIZA CONSALTING

**役割** 事業計画書アドバイス

## 目指すGOAL

### デザイン視点で経営のアップデートを

商品開発だけでなく、デザインの視点を経営全体に行き届け、労務や人事、財務や投資活動に至るまで、企業価値最大化のためのデザイン経営を目指します。

フォローアップ

**7/15** 15:00-16:30
「デザ経」事前説明会
当日の説明内容は後日WEBにてご覧いただけます。

START

**7/31** 16:00-18:30
デザイン経営レクチャー
神戸市とディレクターからデザイン経営のレクチャー

申込・選考
申込みフォームより、参加申込をしていただき、面談（デザイナーは書類選考あり）で選考。

**8/6** 16:00-18:30
経営・ファイナンスレクチャー
企業価値を最大化するための経営基礎のレクチャー

企業が取り組む
自社の財務諸表を確認し、経営指標を中期の上、参加。（個別計画書、重複対応表など）

**8/27 8/28** 時間は後日設定
ヒアリング・強みの整理
自社のアイデンティティ、強みの整理の為のヒアリング

企業が取り組む
配布する資料を元に、自社の強みやビジョンについての考察を深める。

**9/10 9/11** 時間は後日設定
ビジョン想像・課題整理
ビジョンを描き、課題を整理するセッション

企業が取り組む
配布する資料や、前回のヒアリングを元にビジョンを描き、自社の課題について考察。

**10/22 10/23** 時間は後日設定
コンセプト・ビジネススキームのチェック
コンセプトと収益化のためのセッションの繰り返し
※この日はチェック日です。ここまでにコンセプトをまとめます。

デザイナーマッチング
マッチングしたデザイナーとチームで相談回、課題を解決するコンセプトとビジネスを検討しラフをつくる。

デザイナーが取り組む
企業とともにプログラムに参加し、企業の強みを生かした課題解決の方向性を検討する。
（この期間、デザイナーは前回企業の情報や資料を実際に参加、WEBなどにアーカイブされた情報などを確認して、どのように課題解決をするかを検討してください。）

**11/6** 14:00-18:00
中間発表・交流会
コンセプト発表と事業参加者交流会

チームで取り組む
前回のチェックで指摘された内容を元に、もう一度コンセプトなどを練り返し、発表の準備をする。

**11/19 11/20** 時間は後日設定
セールスチェック
セールスの観点からの事業見直し

チームで取り組む
販売など実際にビジネスを行うための価格や修復などの要素を実際に落とし込む。

**12/10 12/11** 時間は後日設定
ビジネススキームブラッシュアップのチェック
再度ビジネススキームについてのセッションの繰り返し
※この日はチェック日です。ここまでにスキームをまとめます。

チームで取り組む
前回の課題を意識しながら、実際のビジネスとして収益化出来る仕組みを検討。

**1/14 1/15** 時間は後日設定
中期経営計画・各計画
経営計画やカスタマージャーニーなどの計画を行う

チームで取り組む
新たなビジネス展開を想定に入れた中期経営計画など事前配布した計画書をもとに計画。

**2/5** 時間は後日設定
パブリックプレゼンテーション&交流会
自社の事業についてのプレゼンテーション（グランフロント大阪予定）

チームで取り組む
ここから一歩を踏み出すためにチームで協力して迫力あるプレゼンテーションを作り込む。

**2/18 2/19** 時間は後日設定
事業計画書策定
これからの事業計画書づくりの基礎を学ぶ

企業が取り組む
プレゼンした内容を実際の計画に落とし込む。

## 3 企業見学

実施：6/下旬

参加企業にデザイナーが足を運び、事業所や工場などの見学を行う。経営者が大切にしているアイデンティティやビジョンを確認し、その目で企業見学を行うことで、強みの整理だけでなく、アイデンティティがどの事業にどう活きているのか？どこを改善していく必要があるのか？という観点で観察を行う。単に新たな商品開発に使えそうな技術だけを探すのではなく、どこに時間をかけているのか？大切にしている部分は何か？ということをデザイナーの目で客観的に認識することが必要である。

# デザイン経営を実現するチーム

経営もデザインもしっかりとサポート、新たな方向性を導き出すためのチーム

ディレクター

近藤清人　株式会社SASI DESIGN

**役割** 経営コンサルティング
ブランド構築アドバイス

サブディレクター
ロジャージャンソン
株式会社SASI DESIGN

和田匡弘
WADA

**役割** グラフィックデザイン
プロダクトデザインなどのサポート

＋

デザイナー

デザイナーを公募
詳しくは裏面

関西で活躍するデザイナー

**役割** デザイン視点によるブランド戦略
イノベーションのデザイン表現

セールスディレクター

岩本真一　株式会社ICS

**役割** セールスディレクション
マーケティングセッション

ファイナンスディレクター

川原拓馬　株式会社CIZA CONSALTING

**役割** 事業計画書アドバイス

## 目指すGOAL

### デザイン視点で経営のアップデートを

商品開発だけでなく、デザインの視点を経営全体に行き届け、労務や人事、財務や投資活動に至るまで、企業価値最大化のためのデザイン経営を目指します。

フォローアップ

**7/15** 15:00-16:30
「デザ経」事前説明会
当日の説明内容は後日WEBにてご覧いただけます。

START

**7/31** 16:00-18:30
デザイン経営レクチャー
神戸市とディレクターからデザイン経営のレクチャー

申込・選考
申込みフォームより、参加申込をしていただき、面談（デザイナーは書類選考あり）で選考。

**8/6** 16:00-18:30
経営・ファイナンスレクチャー
企業価値を最大化するための経営基礎のレクチャー

企業が取り組む
自社の財務諸表を確認し、経営指標を中期の上、参加。（個別計画書、重複対応表など）

**8/27 8/28** 時間は後日設定
ヒアリング・強みの整理
自社のアイデンティティ、強みの整理の為のヒアリング

企業が取り組む
配布する資料を元に、自社の強みやビジョンについての考察を深める。

**9/10 9/11** 時間は後日設定
ビジョン想像・課題整理
ビジョンを描き、課題を整理するセッション

企業が取り組む
配布する資料や、前回のヒアリングを元にビジョンを描き、自社の課題について考察。

**10/22 10/23** 時間は後日設定
コンセプト・ビジネススキームのチェック
コンセプトと収益化のためのセッションの繰り返し
※この日はチェック日です。ここまでにコンセプトをまとめます。

デザイナーマッチング
マッチングしたデザイナーとチームで相談回、課題を解決するコンセプトとビジネスを検討しラフをつくる。

デザイナーが取り組む
企業とともにプログラムに参加し、企業の強みを生かした課題解決の方向性を検討する。
（この期間、デザイナーは前回企業の情報や資料を実際に参加、WEBなどにアーカイブされた情報などを確認して、どのように課題解決をするかを検討してください。）

**11/6** 14:00-18:00
中間発表・交流会
コンセプト発表と事業参加者交流会

チームで取り組む
前回のチェックで指摘された内容を元に、もう一度コンセプトなどを練り返し、発表の準備をする。

**11/19 11/20** 時間は後日設定
セールスチェック
セールスの観点からの事業見直し

チームで取り組む
販売など実際にビジネスを行うための価格や修復などの要素を実際に落とし込む。

**12/10 12/11** 時間は後日設定
ビジネススキームブラッシュアップのチェック
再度ビジネススキームについてのセッションの繰り返し
※この日はチェック日です。ここまでにスキームをまとめます。

チームで取り組む
前回の課題を意識しながら、実際のビジネスとして収益化出来る仕組みを検討。

**1/14 1/15** 時間は後日設定
中期経営計画・各計画
経営計画やカスタマージャーニーなどの計画を行う

チームで取り組む
新たなビジネス展開を想定に入れた中期経営計画など事前配布した計画書をもとに計画。

**2/5** 時間は後日設定
パブリックプレゼンテーション&交流会
自社の事業についてのプレゼンテーション（グランフロント大阪予定）

チームで取り組む
ここから一歩を踏み出すためにチームで協力して迫力あるプレゼンテーションを作り込む。

**2/18 2/19** 時間は後日設定
事業計画書策定
これからの事業計画書づくりの基礎を学ぶ

企業が取り組む
プレゼンした内容を実際の計画に落とし込む。

## 10 経営戦術会議

実施：3/下旬

新たな一歩を踏み出す製品を発表するだけでなく、このあとどのように経営戦略を進むかを検討する会議。新たな製品を作るだけでなく、これをどのように、どのタイミングで、どれだけの量を、誰に向けて販売するのか？またその顧客のベネフィットは何か？資金計画はどのように行うのか？を予め準備しているシートを添削しながら、実施計画のためのセッションを行う。デザイン経営は単にものをデザインすることだけではなく、企業経営の重要な参謀としてのデザイナーの位置を定めるためのものである。経営者と二人三脚でこの計画を進めるためのフリーセッションを行った。

# デザイン経営を実現するチーム

経営もデザインもしっかりとサポート、新たな方向性を導き出すためのチーム

ディレクター

近藤清人　株式会社SASI DESIGN

**役割** 経営コンサルティング
ブランド構築アドバイス

サブディレクター
ロジャージャンソン
株式会社SASI DESIGN

和田匡弘
WADA

**役割** グラフィックデザイン
プロダクトデザインなどのサポート

＋

デザイナー

デザイナーを公募
詳しくは裏面

関西で活躍するデザイナー

**役割** デザイン視点によるブランド戦略
イノベーションのデザイン表現

セールスディレクター

岩本真一　株式会社ICS

**役割** セールスディレクション
マーケティングセッション

ファイナンスディレクター

川原拓馬　株式会社CIZA CONSALTING

**役割** 事業計画書アドバイス

## 目指すGOAL

### デザイン視点で経営のアップデートを

商品開発だけでなく、デザインの視点を経営全体に行き届け、労務や人事、財務や投資活動に至るまで、企業価値最大化のためのデザイン経営を目指します。

フォローアップ

**7/15** 15:00-16:30
「デザ経」事前説明会
当日の説明内容は後日WEBにてご覧いただけます。

**START 7/31** 16:00-18:30
デザイン経営レクチャー
神戸市とディレクターからデザイン経営のレクチャー

**8/6** 16:00-18:30
経営・ファイナンスレクチャー
企業価値を最大化するための経営基礎のレクチャー

**8/27 8/28** 時間は後日設定
ヒアリング・強みの整理
自社のアイデンティティ、強みの整理の為のヒアリング

**9/10 9/11** 時間は後日設定
ビジョン想像・課題整理
ビジョンを描き、課題を整理するセッション

**10/22 10/23** 時間は後日設定
コンセプト・ビジネススキームのチェック
コンセプトと収益化のためのセッションの繰り返し
※この日はチェック日です。ここまでにコンセプトをまとめます。

**11/6** 14:00-18:00
中間発表・交流会
コンセプト発表と事業参加者交流会

**11/19 11/20** 時間は後日設定
セールスチェック
セールスの観点からの事業見直し

**12/10 12/11** 時間は後日設定
ビジネススキームブラッシュアップのチェック
再度ビジネススキームについてのセッションの繰り返し
※この日はチェック日です。ここまでにスキームをまとめます。

**1/14 1/15** 時間は後日設定
中期経営計画・各計画
経営計画やカスタマージャーニーなどの計画を行う

**2/5** 時間は後日設定
パブリックプレゼンテーション&交流会
自社の事業についてのプレゼンテーション（グランフロント大阪予定）

**2/18 2/19** 時間は後日設定
事業計画書策定
これからの事業計画書づくりの基礎を学ぶ

**申込・選考**
申込みフォームより、参加申込をしていただき、面談（デザイナーは書類選考あり）で選考。

**企業が取り組む**
自社の財務諸表を確認し、経営指標を決定の上、参加。（個別計画書、重複対応表など）

**企業が取り組む**
配布する資料を元に、自社の強みやビジョンについての考察を深める。

**企業が取り組む**
配布する資料や、前回のヒアリングを元にビジョンを描き、自社の課題について考察。

**デザイナーマッチング**
マッチングしたデザイナーとチームで相談回、課題を解決するコンセプトとビジネスを検討しラフをつくる。

**チームで取り組む**
前回のチェックで指摘された内容を元に、もう一度コンセプトなどを練り直し、発表の準備をする。

**チームで取り組む**
販売など実際にビジネスを行うための価格や修理などの要素を意識に落とし込む。

**チームで取り組む**
前回の課題を意識しながら、実際のビジネスとして収益化出来る仕組みを検討。

**チームで取り組む**
前回の課題を意識しながら、実際のビジネスとして収益化出来る仕組みを検討。

**チームで取り組む**
新たなビジネス展開を想定に入れた中期経営計画など事前配布した計画書をもとに計画。

**チームで取り組む**
ここから一歩を踏み出すためにチームで協力して迫力あるプレゼンテーションを作り込む。

**企業が取り組む**
プレゼンした内容を実際の計画に落とし込む。

**デザイナーが取り組む**
企業とともにプログラムに参加し、企業の強みを生かした課題解決の方向性を検討する。
（この期間、デザイナーは前回企業の情報や資料を実際に参加、WEBなどにアーカイブされた情報などを確認して、どのように課題解決をするかを検討しておきたい。）

## 5 イノベーション理論・経営基礎講座

実施：11/7

これまで4回で作り上げてきた企業のビジョンについての中間報告と共に、企業にとってこれから必要なイノベーション、経営の基礎的なことについての講座。悩みを整理し、経営者の目指す未来を他の参加企業やデザイナーに共有しつつ、ここからビジョン達成のためのデザインに取り組む宣言を行う。またデザインに取り組む際に必要な考え方やイノベーションはどのように生み出されるのか？ということを座学で学び、このデザインはイノベーションを起こせるのか？という目線を養う。経営基礎講座では、売上だけでなく、企業の血管でもある売上総利益、目指すべき営業利益をどのように考えるのか？という経営者とデザイナーが足並みを揃えるための基礎講座。

# デザイン経営を実現するチーム

経営もデザインもしっかりとサポート、新たな方向性を導き出すためのチーム

ディレクター

近藤清人　株式会社SASI DESIGN

**役割** 経営コンサルティング
ブランド構築アドバイス

サブディレクター
ロジャージャンソン
株式会社SASI DESIGN

和田匡弘
WADA

**役割** グラフィックデザイン
プロダクトデザインなどのサポート

＋

デザイナー

デザイナーを公募
詳しくは裏面

関西で活躍するデザイナー

**役割** デザイン視点によるブランド戦略
イノベーションのデザイン表現

セールスディレクター

岩本真一　株式会社ICS

**役割** セールスディレクション
マーケティングセッション

ファイナンスディレクター

川原拓馬　株式会社CIZA CONSALTING

**役割** 事業計画書アドバイス

## 目指すGOAL

### デザイン視点で経営のアップデートを

商品開発だけでなく、デザインの視点を経営全体に行き届け、労務や人事、財務や投資活動に至るまで、企業価値最大化のためのデザイン経営を目指します。

フォローアップ

**7/15** 15:00-16:30
「デザ経」事前説明会
当日の説明内容は後日WEBにてご覧いただけます。

START

**7/31** 16:00-18:30
デザイン経営レクチャー
神戸市とディレクターからデザイン経営のレクチャー

申込・選考
申込みフォームより、参加申込をしていただき、面談（デザイナーは書類選考あり）で選考。

**8/6** 16:00-18:30
経営・ファイナンスレクチャー
企業価値を最大化するための経営基礎のレクチャー

企業が取り組む
自社の財務諸表を確認し、経営指標を中期の上、参加。（個別計画書、重複対応表など）

**8/27 8/28** 時間は後日設定
ヒアリング・強みの整理
自社のアイデンティティ、強みの整理の為のヒアリング

企業が取り組む
配布する資料を元に、自社の強みやビジョンについての考察を深める。

**9/10 9/11** 時間は後日設定
ビジョン想像・課題整理
ビジョンを描き、課題を整理するセッション

企業が取り組む
配布する資料や、前回のヒアリングを元にビジョンを描き、自社の課題について考察。

**10/22 10/23** 時間は後日設定
コンセプト・ビジネススキームのチェック
コンセプトと収益化のためのセッションの繰り返し
※この日はチェック日です。ここまでにコンセプトをまとめます。

デザイナーマッチング
マッチングしたデザイナーとチームで相談回、課題を解決するコンセプトとビジネスを検討しラフをつくる。

デザイナーが取り組む
企業とともにプログラムに参加し、企業の強みを生かした課題解決の方向性を検討する。
（この期間、デザイナーは前回企業の情報や資料を実際に参加、WEBなどにアーカイブされた情報などを確認して、どのように課題解決をするかを検討してください。）

**11/6** 14:00-18:00
中間発表・交流会
コンセプト発表と事業参加者交流会

チームで取り組む
前回のチェックで指摘された内容を元に、もう一度コンセプトなどを練り返し、発表の準備をする。

**11/19 11/20** 時間は後日設定
セールスチェック
セールスの観点からの事業見直し

チームで取り組む
販売など実際にビジネスを行うための価格や修復などの要素を実際に落とし込む。

**12/10 12/11** 時間は後日設定
ビジネススキームブラッシュアップのチェック
再度ビジネススキームについてのセッションの繰り返し
※この日はチェック日です。ここまでにスキームをまとめます。

チームで取り組む
前回の課題を意識しながら、実際のビジネスとして収益化出来る仕組みを検討。

**1/14 1/15** 時間は後日設定
中期経営計画・各計画
経営計画やカスタマージャーニーなどの計画を行う

チームで取り組む
新たなビジネス展開を想定に入れた中期経営計画など事前配布した計画書をもとに計画。

**2/5** 時間は後日設定
パブリックプレゼンテーション&交流会
自社の事業についてのプレゼンテーション（グランフロント大阪予定）

チームで取り組む
ここから一歩を踏み出すためにチームで協力して迫力あるプレゼンテーションを作り込む。

**2/18 2/19** 時間は後日設定
事業計画書策定
これからの事業計画書づくりの基礎を学ぶ

企業が取り組む
プレゼンした内容を実際の計画に落とし込む。

## 2 アイデンティティ抽出

実施：9/9,10

デザイン経営を進める中で一番重要なヒアリング。すぐに何か（What）をデザインしたり、流行りからどのようなコンセプト（How）にするかと考えるのではなく、なぜこの事業をしているのか？どのような思いがそこにあるのか？そしてどのような将来像を作り上げたいのか？というアイデンティティやビジョン（Why）をヒアリングする。中小企業は事業自体が大きくないために、市場の環境やライバルの状況に影響を受けやすい。そのためにWhatやHowから始めてしまい、売れたや売れないだけで判断するのではなく、Whyから理解し、事業の目的自体をデザインするために経営者だけでなくデザイナーがそのことに邁進していくための重要な工程。

# デザイン経営を実現するチーム

経営もデザインもしっかりとサポート、新たな方向性を導き出すためのチーム

ディレクター

近藤清人　株式会社SASI DESIGN

**役割** 経営コンサルティング
ブランド構築アドバイス

サブディレクター
ロジャージャンソン
株式会社SASI DESIGN

和田匡弘
WADA

**役割** グラフィックデザイン
プロダクトデザインなどのサポート

＋

デザイナー

デザイナーを公募
詳しくは裏面

関西で活躍するデザイナー

**役割** デザイン視点によるブランド戦略
イノベーションのデザイン表現

セールスディレクター

岩本真一　株式会社ICS

**役割** セールスディレクション
マーケティングセッション

ファイナンスディレクター

川原拓馬　株式会社CIZA CONSALTING

**役割** 事業計画書アドバイス

## 目指すGOAL

### デザイン視点で経営のアップデートを

商品開発だけでなく、デザインの視点を経営全体に行き届け、労務や人事、財務や投資活動に至るまで、企業価値最大化のためのデザイン経営を目指します。

フォローアップ

**7/15** 15:00-16:30
「デザ経」事前説明会
当日の説明内容は後日WEBにてご覧いただけます。

START

**7/31** 16:00-18:30
デザイン経営レクチャー
神戸市とディレクターからデザイン経営のレクチャー

申込・選考
申込みフォームより、参加申込をしていただき、面談（デザイナーは書類選考あり）で選考。

**8/6** 16:00-18:30
経営・ファイナンスレクチャー
企業価値を最大化するための経営基礎のレクチャー

企業が取り組む
自社の財務諸表を確認し、経営指標を中期の上、参加。（個別計画書、重複対応表など）

**8/27 8/28** 時間は後日設定
ヒアリング・強みの整理
自社のアイデンティティ、強みの整理の為のヒアリング

企業が取り組む
配布する資料を元に、自社の強みやビジョンについての考察を深める。

**9/10 9/11** 時間は後日設定
ビジョン想像・課題整理
ビジョンを描き、課題を整理するセッション

企業が取り組む
配布する資料や、前回のヒアリングを元にビジョンを描き、自社の課題について考察。

**10/22 10/23** 時間は後日設定
コンセプト・ビジネススキームのチェック
コンセプトと収益化のためのセッションの繰り返し
※この日はチェック日です。ここまでにコンセプトをまとめます。

デザイナーマッチング
マッチングしたデザイナーとチームで相談回、課題を解決するコンセプトとビジネスを検討しラフをつくる。

デザイナーが取り組む
企業とともにプログラムに参加し、企業の強みを生かした課題解決の方向性を検討する。
（この期間、デザイナーは前回企業の情報や資料を実際に参加、WEBなどにアーカイブされた情報などを確認して、どのように課題解決をするかを検討してください。）

**11/6** 14:00-18:00
中間発表・交流会
コンセプト発表と事業参加者交流会

チームで取り組む
前回のチェックで指摘された内容を元に、もう一度コンセプトなどを練り返し、発表の準備をする。

**11/19 11/20** 時間は後日設定
セールスチェック
セールスの観点からの事業見直し

チームで取り組む
販売など実際にビジネスを行うための価格や修復などの要素を実際に落とし込む。

**12/10 12/11** 時間は後日設定
ビジネススキームブラッシュアップのチェック
再度ビジネススキームについてのセッションの繰り返し
※この日はチェック日です。ここまでにスキームをまとめます。

チームで取り組む
前回の課題を意識しながら、実際のビジネスとして収益化出来る仕組みを検討。

**1/14 1/15** 時間は後日設定
中期経営計画・各計画
経営計画やカスタマージャーニーなどの計画を行う

チームで取り組む
新たなビジネス展開を想定に入れた中期経営計画など事前配布した計画書をもとに計画。

**2/5** 時間は後日設定
パブリックプレゼンテーション&交流会
自社の事業についてのプレゼンテーション（グランフロント大阪予定）

チームで取り組む
ここから一歩を踏み出すためにチームで協力して迫力あるプレゼンテーションを作り込む。

**2/18 2/19** 時間は後日設定
事業計画書策定
これからの事業計画書づくりの基礎を学ぶ

企業が取り組む
プレゼンした内容を実際の計画に落とし込む。

# CASE1

OEMからオリジナルブランド海外展開

## Seeknit

近畿編針株式会社　（製造業のブランド戦略）

**Before**

海外展開での
ブランド戦略の方向性に悩む

**After**

竹資源の新販売戦略で
リーディングカンパニー
として20カ国に輸出

# CASE2

空きビルからインキュベーションスペースへ

## まちかど農園POSTo

株式会社テルッツォ　（不動産業へのコンバージョン）

**Before**

空きビルになってしまった
資産の活用方法に悩む

**After**

市内16社が入居する
インキュベーション
スペースへ

# CASE3

ブランド構築と新店舗で小売部門売上200%増

## いづよね

「デザ経」第2期生

株式会社いづよね　（卸売業偏重から小売業へ）

**Before**

卸売業中心の商売で
利益率確保に悩む

**After**

ブランド刷新と
新店舗オープンで
小売部門売上2倍増

# CASE4

事業承継とOEM脱却で新市場開拓

## つやの玉

有限会社畑中義和商店　製造業のオリジナル商標）

**Before**

OEM受注生産に頼った
経営脱却に悩む

**After**

販路戦略変更で
オリジナル商品
年間35万個販売

TIDEとは「潮」の流れ。
ものづくりの根底に流れる想いを表現し、
時代の流れを変えるプロダクト

我々は瀬戸内の東かがわにて、革手袋加工技術を生かした
パッチワークを施しあらゆるバッグを製造してきました。
しかし、時代はシンプルで安価な製品に流れつつあります。

私たちは自らのプライドであるパッチワークをブランドのシンボルとし、
これからのものづくりの流れを変えるべく
挑戦するプロダクトブランドを立ち上げました。

# 参加企業募集

未来を創る経営者を募集します。

これまでの技術を活かし
これからの強い経営を
目指す企業を募集します。

対象
神戸市内の中小企業
経営者または後継予定者

募集 8社程度

参加費 無料

デザイン経営により、企業価値の最大化を目指します。

「デザ経」で
取り組むこと

**ビジネススキームづくり**
新たな事業の方向性、収益化するモデルの仕組みを検討し見える化する。

**ビジョンシート**
今後進むべき道のりを検討し、短期中期の重要施策、コンセプトなどをまとめる。

**中期経営計画**
新事業展開に向けた売上や利益などの数値目標と、ブランドの目指す戦略を作る。

# デザイナー募集

経営を変えるデザイナーを募集します。

参加企業の強みを
生かした経営戦略
の構築に取り組み
たいデザイナーを
募集します。

対象
神戸市及び関西圏で
活躍されているデザイナー
（申込の際にポートフォリオを（WEB可）を提出ください）

定員 4名程度（書類選考の後面談）

完了報酬 上限30万円（税込）
（事業推進に関わる実費を兼ねます）

参加企業と真摯に向かい合い、新たなビジネス構築を行うことのできるデザイナーを求めます。

提供して
いただくもの

- ・イノベーション創出のための横断的視点
- ・ブランド構築のための消費者視点
- ・ビジネスを加速させるための表現のデザイン
  （モノのデザインの提供がメインではなく、
  ビジネススキームを加速させるために必要なデザイン）