

論文

## 社会人向け次世代型デザイン教育の実践

武蔵野美術大学大学院クリエイティブリーダーシップコースのケーススタディ

長谷川 敦士 (武蔵野美術大学 造形構想学部)

連絡先: 長谷川 敦士 (E-mail: ahasegawa@musabi.ac.jp)

---

*Journal for Social Creativity*, Vol. 1 (Published: December 20, 2023)

pp. 17–29

Article

## Advanced Design Education for Working Professionals

A Case Study of the Creative Leadership Course  
at Institute of Innovation at Musashino Art University

Atsushi Hasegawa (Institute of Innovation, Musashino Art University)

### Abstract

In recent years, the demand for incorporating design thinking and attitudes in businesses and public sectors has been recognized in society. In response to this, the Creative Leadership Course at the Musashino Art University Graduate School was established to provide advanced design education for working professionals. This paper presents a case study of the Creative Leadership Course, with a focus on its curriculum, teaching methods, and outcomes based on self-evaluation and practical examples. First, we provide an overview of the course curriculum and its alignment with the “Advanced Design Human Resources Development Guidelines” established by the Ministry of Economy, Trade, and Industry of Japan. We then describe the teaching methods employed in the course, which emphasize project-based learning, dialogues with industry-leading creative leaders, and hands-on experiences in art and design. The paper also reports on the outcomes of the course, as perceived by the students and their growth in terms of learning attitudes and the acquisition of skills. Finally, we discuss the challenges and future prospects of the Creative Leadership Course in nurturing the desired skills and mindsets in working professionals. The findings of this case study may serve as a reference for other institutions aiming to develop similar educational programs for working professionals in the field of design.

### Keywords

Design education, Design attitude, Creative leadership

Correspondence concerning this article should be sent to: Atsushi Hasegawa (E-mail: ahasegawa@musabi.ac.jp).

## 1 背景と CL コースの設立

### 1.1 社会背景と「デザイン経営」宣言

今日の急速に変化し不確実な世界、いわゆる VUCA<sup>1</sup> の時代において、社会は Rittel & Webber (1973) が定義した「厄介な問題 (Wicked Problems : 完全な解決が不可能で解の定義が個々により異なる複雑な社会問題)」に直面している。

Buchanan (1992) は、デザイン領域を 1. 象徴的・視覚的コミュニケーションのデザイン (symbolic and visual communications)、2. マテリアル・オブジェクトのデザイン (material objects)、3. 活動や組織化されたサービスのデザイン (activities and organized services)、4. 生活・仕事・遊び・学習のための複雑系もしくは環境のデザイン (complex systems or environments for living, working, playing, and learning) と整理した上で、厄介な問題に対して、デザインの思考が重要となることを指摘した。

また、Manzini (2015) は、著書『Design, when everybody designs: An introduction to design for social innovation』において、これまでの専門家だけでなく、広く一般の人々が「広義のデザイン (Diffuse Design)」の力で自分たちの生活や社会を形成するためのアイデアや解決策を生み出すことが求められると主張している。

このように、いま社会では社会生活全般において、組織や個人がデザインを理解し、戦略に取り入れることが求められている。

しかしながら、ビジネスの領域において、日本ではいまだ経営者がデザインを有効な経営手段として認識しておらず、グローバル競争環境での弱みとなっていることが指摘されている (経済産業省, 2012)。

こういった流れを受け、2018年5月、経済産業省と特許庁は、デザインによる我が国企業の競争力強化に向けた課題の整理とその対応策として、『「デザイン経営」宣言』としての報告書を公開した (経済産業省, 2018)。本報告書は、日本国内での多種多様なデザインの専門家と実務家が集った「産業競争力とデザインを考える研究会」における検討の成果としてリリースされた。日本におけるデザインの現在地とこれからを議論した成果であり、デザインの業界向けではなく一般の企業経営者に向けて、どのようにデザインを経営に取り込んでいくべきかの考え方や指針を示しているという特徴がある。

本報告書においては、「デザイン経営」の成果として以下のような定義がなされている。

<sup>1</sup>Volatility (変動性)、Uncertainty (不確実性)、Complexity (複雑性)、Ambiguity (曖昧性) の頭文字を並べた合成語。

「デザイン経営」の成果 = ブランド力向上 + イノベーション力向上  
= 企業競争力の向上

これは、「デザイン経営」とは、製品やサービスだけでなく、企業内文化にも関係していることを意味している。こういった動きは特許庁自身のデザイン経営プロジェクト（米田ら，2024）や、経済産業省が主催している「Policy Design School」などからも見て取ることができる。

## 1.2 高度デザイン人材育成ガイドライン

この「デザイン経営」宣言を受け、ではそのデザイン経営を支える人材とはどういったものであり、どのように育成されるのかを検討するため、経済産業省では「高度デザイン人材育成研究会」を設置し、検討を行い、その結果を「高度デザイン人材育成ガイドライン」（経済産業省，2019）として公開した。このガイドラインおよびその調査研究では、国内外の社会人を対象としたいわゆるデザインスクールの教育目標とカリキュラムを分析し、そこから示唆される学習要件を整理した。

ここでは、「デザイン（スキルと哲学）」、「アート」といった領域に加えて、主体性のある関与としての「リーダーシップ」、社会により関与していくための「ビジネス」といった領域が示された。

また、人材育成においては、上記の要件に加えて、以下の要因が重要であると示唆されている。

### 1. 適切なテーマ設計

- ・ ゴール自体を探索できるような、不確実なテーマ設定によって不確実な状況に対応した人材を育成できる

### 2. 環境と場

- ・ 実践を試行できる場
- ・ リアルな制約や文脈を体験できる環境

### 3. 教育に携わる人材

- ・ 多様なバックグラウンドならびに豊富な実践経験を持つ教員やメンター
- ・ オープンなコラボレーションが可能な仕組みとネットワーク

### 4. 学習成果の評価

- ・ 失敗を前向きに評価できる環境
- ・ 一貫性のある観点での多様なステイクホルダーからの評価

### 1.3 武蔵野美術大学 大学院造形構想研究科 CL コースの設置

武蔵野美術大学 大学院造形構想研究科 造形構想専攻 クリエイティブリーダーシップコース（以下 CL コース）は、2019 年に開設された大学院修士コースである。2021 年には博士後期課程も開設された。以下、本論文では CL コースといった場合は修士コースを指す。

この CL コースは、総合的な造形教育によって得られる創造的思考力と社会に対する広範な知識を基盤として、現代文明のグローバルかつ加速度的な変化の中で、美術・デザイン領域を超えて、広く社会問題の解決や新たな人類価値の創出を行いうる柔軟な発想や構想力を有し、かつそれを高度に実践できる実行力、推進力、牽引力を備えた人材を養成することを目的としている（武蔵野美術大学 大学院造形構想研究科 教育目標より）。

CL コースは、同時に開設された造形構想学部クリエイティブイノベーション学科（以下 CI 学科）、大学院附属のソーシャルクリエイティブ研究所（以下 RCSC）とともに、Institute of Innovation として一貫したコンセプトのもとでの運営がなされており、全体として武蔵野美術大学が培ってきた造形的思考力をもとに、社会実践を実現するための研究・教育を行っている。

CL コースは、一学年 30 名程度の学生で構成され、2023 年 4 月現在において 4 期生、5 期生が在籍している。社会でのサービスデザインをはじめとするデザインの必要性の認識に呼応し、その 6 割が社会人で構成され、留学生、国内の大学（美術大学・総合大学）の学部卒業生がそれぞれ 2 割程度となっている。社会人の内訳としては、コンサルタント、システムエンジニア、マーケッター、教師、など幅広く、年齢層も 20 代から 60 代まで在籍している。

CL コースでは、基本的に平日の 18:20 から 21:30 の時間帯で授業が開始され、一部アート・デザインの集中演習が土曜にも開講されている。このため、社会人学生は仕事後に授業を受けることもできる。大学自体は昼間も解放されている。

もともと、CL コースは CI 学科からの卒業生が、ソーシャルイノベーションのリーダーとしてふるまえるようになるというビジョンをもって設置されている。しかしながら、2019 年に学部と大学院が同時に開設したために、2022 年度に CI 学科が初の卒業生を輩出するまでは、外部からの進学者受け入れのみであった。2022 年度の CI 学科卒業生からは 3 名が CL コースへ進学した。

CI 学科、CL コースでは、5 年制プログラムというものが用意されており、一定の要件

を修めた進学希望者は学部4年次に大学院1年のプログラムを受講し、合計5年で修士課程まで修了することができる。現在、5年制プログラムは、2022年度に1名、2023年度に4名が採択されている。

こういった状況によって、現在CLコースでは、社会人、留学生に加えて、4年制の他大学からの進学者、CI学科からの進学者（卒業生と5年制プログラム適用の学部4年生）が混在している。

#### 1.4 先行研究

高度デザイン人材育成ガイドラインの検討に伴う調査研究報告書（経済産業省，2019）では、米国・欧州・日本における先進的なデザインスクール（学士・修士）から計16の教育機関・計38コースについて、カリキュラムの分析を行っている。これによる教育プログラムへの示唆は1.2節で述べた内容となる。

また、2019年のCLコース開設後にも、九州大学大学院芸術工学府クリエイティブリーダーシッププログラム、東京理科大学国際デザイン経営学科、多摩美術大学クリエイティブリーダーシッププログラム（TCL）、産業技術総合研究所産総研デザインスクールといった高度デザイン人材育成ガイドラインをふまえたプログラムが数多く設立されている。これらのプログラムについて、2020年10月に各プログラムについてそのビジョン・課題意識を共有するシンポジウム「高度デザイン人材育成シンポジウム——教育機関における先端的試行」が開催され、その計画が共有された。

#### 1.5 本研究の背景と目的

デザイン教育の需要が高まる中、その対象が伝統的なデザイン分野から非デザインバックグラウンドの人々へ広がっている現状に対応する必要性が生まれている。特に、社会全体が直面している複雑な課題を解決するためには、デザインの視点や手法が有用と考えられているいま、非デザインバックグラウンドの参入者とアート、ビジネスの接続を図るなど、新たな教育の取り組みが求められている。

本研究の目的は、そういった背景から、異なる背景を持つ人材に対するデザイン教育の可能性を探ることである。具体的には、CLコースがどのようにこれらの課題に対応しているのか、こういった成果や影響が生まれているのかを検証する。CLコースで実施している内容を詳細に紹介し、4年間のプログラム運用によって見えてきた結果について検討を行う。

## 2 コースプログラムとその実践

### 2.1 CL コースの方針とカリキュラム

CL コースは、アート・デザインの思考を実社会でプロジェクトに反映して実践できるようにする能力育成と、そのアプローチを社会に展開する研究を行うという教育方針のもと、クリエイティビティ、リーダーシップ、ビジョンを3本柱としてカリキュラムが組まれている。また、前述の高度デザイン人材育成ガイドラインでも触れられているように、学生の主体的な学びを引き出すため、プロジェクトベースラーニング（以下PBL）のプログラムが全体的に主となっている。

具体的にはデザイン思考をプロジェクトとして実践できるようにするため、短期間でプロジェクト実践するデザインスプリント形式（Stickdorn et al., 2018; 長谷川・赤羽, 2018）の短期集中プログラム（造形構想基盤講義・演習）と社会のクリエイティブリーダーとの対話を行う授業（クリエイティブリーダーシップ特論）、修士研究とそのためゼミが必修とされる。これに加えて産学プロジェクト実践、サービスデザイン、スタートアップ、デザイン研究、デザインエンジニアリングなどの授業を学生は選択して受講する。

一般大卒で、これまでアート・デザインを学んでこなかった学生に向けて、選択制のアート制作やグラフィックデザインの集中演習科目（造形言語リテラシー演習・実習）も受講することが可能となっており、多くの社会人学生はこれを取得する傾向がある。

### 2.2 造形構想基盤講義・演習

造形構想基盤講義・演習（以下基盤）では、デザインプロジェクトの実践、ビジョン形成とそれに基づくデザイン、プロトタイピングを通じた思考力の形成を学習目標とし、そのためにコミュニケーションデザイン、サービスデザイン、プロダクトデザイン、環境デザインなどを題材として演習を行う。

テーマごとに、週3日、2週間の短期集中での演習となり、これが6セット行われる。週3日であるが、それぞれのテーマの実施には昼間や週末を使って時間外もプロジェクトについて検討や作業を行うことが求められる。

それぞれのテーマでは、前述のとおりいくつかの学習目標が設定されているが、共通してスキル・技術よりも態度育成に重きがおかれていること、単なる演習用の課題ではなく、実際に社会に接続された課題設定がなされていることが特徴として挙げられる。

たとえば、デザインプロジェクトの実践のためのコミュニケーションデザイン課題においては、学部であるCI学科のコミュニケーションデザインを課題として、2週間という期間の中で学部生などを対象にインタビューを行い具体的な施策の企画を行う。このテーマではメンターとして、現役のサービスデザイナーや編集者などがメンタリングを行い、プロジェクトを進める。これらの企画は大学広報向けに最終プレゼンテーションを行い、大学広報スタッフに有効と判断された施策は実際に実施される。

また、プロトタイピングを実践するテーマでは、実際に公示されている「道の駅」の提案依頼書（Request For Proposal: RFP）に答える形での模型を作成する。その際には4名程度のチームに一人ずつ、現役の建築家がメンターとして加わる。

この基盤では、高度デザイン人材育成ガイドラインにおける、学習要件を踏まえながら、環境作りに重きがおかれている——適切なテーマ設計：不確実な課題、環境と場：演習という失敗が許される場、実社会と接続された課題、人材：実務家経験のある教員とメンター、学習成果の評価：完成度ではなくプロセスを自らプロデュースする点に重きを置いた評価。

いずれも、リアルな課題を実務家とともに扱うことで、「厄介な問題」に対しての向き合い方を学ぶことを狙いとしている。

### 2.3 造形言語リテラシー実習

本コースを特徴付けるプログラムとして、アートの実践を行う「造形言語リテラシー実習（以下造形実習）」が挙げられる。これは、グラフィックデザインの実践を行う「造形言語リテラシー演習」とともに、一般大卒などのアート・デザインを学んで来なかった学生向けに用意されている。当初は、現役のデザイナーなどがスキルアップのため本コースへ進学してくるケースが多いと想定されていたが、非デザイン領域の社会人院生が多く進学してくる状況において、多くの社会人が受講する科目となっている。

本コースでは、アート制作を、観察力、批判的思考力、構想力の育成ととらえ、完成度の高い美術作品を作るのではなく、自身の視点でアウトプットを行うことに重点を置いている。また、具体的に作ってみることで発想が促されるアブダクションの思考の実践にも位置づけられている。

この授業は学生からは高く評価されており、この成果は、後述する履修証明プログラムの設立につながっている。

### 2.4 産学プロジェクト研究

産学プロジェクト研究（以下産学）は、学部であるCI学科と共にプロジェクトへ参画

するプログラムとなる。第3ターム（9月初頭～10月末）のほぼ2ヶ月がこの授業にあてられる。この期間は他の授業が開講されないため、学生はプロジェクトに専念することができる。

プロジェクトは企業とともに新しいサービス開発を行うものから、実際に地方に滞在して地域の課題を探索し、イノベーションを模索するようなものまで毎年10程度用意される。それぞれ数名～10数名の少人数でのプロジェクト実践となる。学部（CI学科）では必修となっているが、大学院（CLコース）では選択科目となっている。

CLコースにおいては、初めて学外の組織や団体とプロジェクトを実践する学部生をリードすることでのリーダーシップ育成を期待して設計されているが、当初、昼間は仕事がある社会人には参加が難しいと想定していた。しかしながら、このプログラムも通常、業務などではなかなか接点を持ちにくい地域のあたらしい課題を見つけるような機会として高く評価され、年々社会人学生の参加者も増えている。多くの社会人学生は現地滞在の期間などは有休休暇を取って参加するなどしている。

## 2.5 ゼミ・修士研究

本コースでは、1年次の夏に専任教員が持つ研究室へ配属となり、そこから週1回程度のゼミを経て、学生は自身でテーマを設定し、修士研究を行う。

本コースの持つ特徴をふまえて、学生には実際の社会実装をふまえた実践研究が期待されるが、基本的には学生は自身で研究テーマを設定する。大学院入学時に研究テーマは設定することが求められるが、多くの学生は入学後のコースプログラムを経てアプローチや対象を見直すことが多い。

また、最終的に修士論文の形にまとめることが求められるため、プロジェクトの実践においてもこういった「問い（リサーチクエスチョン）」に向き合っているのかが常に問われることになる。こういった研究成果としてのアウトプットが課されている環境は本コースの一つの特徴といえる。

## 3 成果と洞察

CLコースはこれまで2019年から毎年25名程度の修了生を輩出してきた。

社会人院生において、在学中あるいは修了後に転職、あるいは起業を行う学生が多い。また、産学のプロジェクトを契機に一般社団法人などを設立し、所属する企業とは別にプロジェクト活動を行っているケースも見られる。また、修士研究で扱ったテーマをもとに、出版したり起業をしたりするケースもある。全体的に修了した社会人院生は充実した

学びを実感している。以下、具体的に観察された学びの成果を挙げる。

### 3.1 アブダクションの姿勢

学生の入学後の態度変容において、筆者らが最も顕著に実感したものの一つにアブダクションの姿勢がある。アメリカの論理学者・科学哲学者チャールズ・パースが提唱したアブダクションは、仮説を形成するための手法として位置づけられる（米盛，2007）。吉川（2020）はデザインにおける「着想」はアブダクションと同じ論理構造を持っていると主張している。また、Dorst（2011）は、デザインにおけるアブダクションは仮説推論一般を超えて、新しい価値（Value）をもたらす活動と位置づけられるとし、デザインにおけるプロトタイピングを行いアブダクションを起こすアプローチは、デザイン活動における戦略であると指摘している。

CLコースの社会人院生は、基盤などの演習科目において、特に序盤はビジネスでの慣習にしたがい、「議論を尽くして試作する」というふるまいが見られた。しかしながら、前例もなく正解の分からないプロジェクトにおいては、議論を尽くしても妥当な仮説が導けるとは限らない。ここで、教員からは先が見えないときにはまずは試作してみる（プロトタイピングしてみる）ことが指導された。するとそれによって、学生らは新しい仮説を見だし、そしてそのプロトタイプを踏み台にして次のステップへ進める現象が見られた（長谷川 2023）。

これは学生らからは驚きをもって受け止められ、さらにその後のリフレクションにて、学生達は中盤のまだ仮説に自信がなかったタイミングでのプロトタイピングによって、さまざまな気づきを得、そこから提供仮説のブラッシュアップ、サービスイメージの具体化を進めて行けたことが確認された。

これは、言い換えれば筆者らが提唱する、「アブダクション・コンフィデンス：アブダクションを起こすことに対する自信」を獲得しているといえる。こういったデザインにおけるアブダクションを導き出す姿勢は、「作ってみる」をアウトプットの手段ではなく、思考プロセスそのものであるととらえるものである。これこそ、明確な答えのない「厄介な問題」に対して求められる態度であるといえよう。

### 3.2 学び直しの姿勢

社会人院生は仕事と学業を両立させながら修士課程に在籍しているため、2年間の修士課程はハードなものになることが多い。しかしながら、多くの学生が大学院修了後もさらに学びを続けることを希望している。一部の学生は修了後も博士課程へ進学しており、また仕事を減らして研究に携わるようなパターンも見られている。

この「さらなる学びへの意欲」は、もちろん自ら大学院に学びに入学してきている学生はもともと持っていたものであるともいえるが、入学後に特にゼミなどでの対話を通じてさらに顕著になっているように見受けられる。毎週一定の時間で自身の研究内容や同級生の研究についての議論などを経ることによって、日常では離れてしまっている事業や効率化などから離れたことを検討できることがアンラーニングの効果を果たしていると考えられる。

### 3.3 タスクマネジメントを活かした学びの推進

社会人大学院生に顕著に見られる特徴として、ビジネスの経験におけるタスクマネジメント（タスク管理）能力を活かした大学院での学びがある。

一般に大学学部生、及び学部から進学した大学院生は、大学という環境の経験しか持っていないことが多い。アルバイトやインターンなどの社会接点はあるとしても、そこではあくまで大学生として扱われることが多く、個々の学生に複数のタスクを管理することはあまり求められない。

しかし、大学を卒業して組織に属して業務を行うというとき、一般的に単一のタスクだけを担うことはあまりなく、複数のタスクを並行して扱いながら、さらにそれで成果を挙げるのが求められるようになる。

こういった業務の経験をもった社会人院生は、大学の課題やプロジェクトなど複数の課題を扱うことに慣れているため、時間の制約はありながらも、学部から進学した院生よりも効率的に学びに向き合うことができている。

しかしながら、逆に学びにおいては頭で理解して、必要最小限のふるまいで遂行することが適切であるとは限らない。むしろ、一見無駄と思えるような手続きを踏んでいくことで得られる学びも多い。このため、課題設計において「わかったつもり」になってしまわないようなものが必要となる。

## 4 議論

CL コース実践は、概ね当初の想定に基づいた成果をあげているが、いくつかの課題も見いだされている。

### 4.1 デザインスキル

もっとも顕著な課題は、具体的なデザインスキルの課題となる。前述の通りもともと本

コースでは、ある程度デザインスキルを持った人が学び直しに受講することも想定していたが、アートもデザインもまったくはじめての人が多数となったことで、グループ課題などの実践においても一部の美大出身者が制作を担う、という構造が生まれている。デザインスキルを学ぶことは本コースの目的ではないが、課題に対して自らデザインしてみる態度を持てる段階まで到達しないと、プロジェクトに対しての主体性も生まれてこないという側面がある。

英国のロイヤルカレッジオブアーツ (Royal College of Arts)、米シカゴのイリノイ工科大学インスティテュートオブデザイン (Institute of Design at Illinois Institute of Technology) などでは、非デザインバックグラウンドの大学院進学者に対して、ファウンデーションプログラム等の名称で基礎デザインプログラムを提供している（経済産業省，2018）。一定のデザインスキルを前提とする場合、こういった二段階でのプログラム提供を検討する必要がある。

## 4.2 教育の実践者

CL コースでは、2019 年度の開設から 2022 年度までは 6 名、2023 年度からは 7 名の専任教員に加えて、10 名以上の非常勤講師、加えてメンタリング等に 20 名以上の特別講師という体制でコースプログラムを提供している。特に核となる造形構想基盤講義・演習などのプログラムや、修士研究指導においては、研究的態度を持った実務家教員が必要とされる。高度デザイン人材育成ガイドラインでも指摘されているように、こういった教員体制をどのように構築するかは大きな課題である。

また、特にアートの実習においては、主となる講師にはアートのみならずビジネスへの接続についての知識と経験が求められる。加えて、それをサポートする講師も複数人必要となる。特にアート系人材については、その育成がさらに重要となるであろう。

## 5 まとめと今後の展望

CL コース設置から 4 年が経過し、2023 年 4 月現在、5 期生を迎え入れる状況となっている。5 期生は、社会人 14 名、留学生を含む他大学卒業生 7 名、CI 学科卒業生と 5 年生プログラム対象者 7 名の合計 28 名となっている。これによって、さらに多様になった環境でのプログラムが始まっている。

CL コースは年々社会人の受験者数が増え、社会におけるデザインの必要性の認知向上と共に社会人の学び直しが求められていることが伺える。

この 4 年で異動・退職及びそれに伴う新規の着任を経て、現在 7 名の教員によってコー

スは運営されている。カリキュラムの大きな方針と内容は設置時から変わっていないが、特にアートの授業（造形言語リテラシー実習）の成果をもとに、基盤（造形構想基盤講義・演習、2023年度より造形構想基盤演習へ名称変更）にアートの実践の内容を盛り込む変更が行われた。

また、このアート制作を社会における課題発見につなげたプログラムとして、武蔵野美術大学では、履修証明プログラムとして Value Creation Program School、通称 VCP School を 2021 年に開始した。これは大学院 2 年間につながる、社会人向けのイントロダクションともいえるもので、10 日間全 60 時間のプログラムで、アート制作の実践と、それを活かした課題発見から解決のプロジェクトベースラーニングを行う。社会におけるアート実践教育の推進のために、今後はこういった短期のプログラムを展開していくことも有効であると考えられる。

CL コースでは、年次を重ねることで、研究としての連続性が生まれてきている。前述の通り、学生は自身の関心に基づいて研究テーマを設定するが、サーキュラーデザイン、社会におけるcommons、トランジションデザインアプローチ、デザインの態度など、共通するようなテーマについて、修了生のテーマを継承しながら研究を発展させるようなケースも増えてきている。こういった研究の連続性によって、この CL コースの社会的意義がより明らかになっていくことが期待される。

## 引用文献

- Buchanan, R. (1992). Wicked Problems in Design Thinking. *Design Issues*, 8 (2), 5–21.  
<https://doi.org/10.2307/1511637>
- Dorst, K. (2011). The Core of “Design Thinking” and Its Application. *Design Studies*, 32, 521–532. <https://doi.org/10.1016/j.destud.2011.07.006>
- 長谷川敦士 (2023). 「サービスデザインにおけるアブダクションコンフィデンス」『サービス学会 第 11 回国内大会 講演論文集』(印刷中).
- 長谷川敦士・赤羽太郎 (2018). 「サービスデザインスプリントの提案——サービスデザインプロジェクトにおけるデザインスプリントアプローチの適用」『日本デザイン学会 第 65 回春季研究発表大会概要集』.
- 経済産業省(2012). 我が国ものづくり産業の競争力の源泉に関する調査報告書:平成 23 年度 中小企業支援調査. [https://warp.da.ndl.go.jp/info:ndljp/pid/11241027/www.meti.go.jp/meti\\_lib/report/2012fy/E002188.pdf](https://warp.da.ndl.go.jp/info:ndljp/pid/11241027/www.meti.go.jp/meti_lib/report/2012fy/E002188.pdf) (2023 年 6 月 1 日アクセス)
- 経済産業省(2018). 産業競争力とデザインを考える研究会 – 報告書. <https://www.meti.go.jp/report/whitepaper/data/20180523001.html> (2023 年 5 月 1 日アクセス)

- 経済産業省（2019）. 高度デザイン人材育成研究会 ガイドライン及び報告書. [https://www.meti.go.jp/shingikai/economy/kodo\\_design/20190329\\_report.html](https://www.meti.go.jp/shingikai/economy/kodo_design/20190329_report.html) (2023年5月1日アクセス)
- Manzini, E. (2015). *Design, When Everybody Designs: An Introduction to Design for Social Innovation*. The MIT Press.
- Rittel, H. W. J., & Webber, M. M. (1973). Dilemmas in a General Theory of Planning. *Policy Science*, 4, 155–169. <https://doi.org/10.1007/BF01405730>
- Stickdorn, M., Hormess, M. E., Lawrence, A., & Schneider, J. (2018). *This Is Service Design Doing: Applying Service Design Thinking in the Real World*. O'Reilly Media.
- 米田真依・神尾雅史・長谷川敦士（2024）. 「行政におけるサービスデザイン手法導入事例としての特許庁「I-OPEN」プロジェクト研究」『人間中心設計』20（1）（印刷中）.
- 米盛裕二（2007）. 『アブダクション』 勁草書房.
- 吉川弘之（2020）. 『一般デザイン学』 岩波書店.

発行：武蔵野美術大学ソーシャルクリエイティブ研究所

編集・制作協力：特定非営利活動法人 ratic

<https://ratic.org>

