

Designist Today 2012

「企業経営にデザイン思考」を標榜し、 新しい人材育成3年

将来見通しの難しい激動の日々が続く現代社会だが、企業経営が理論と数字のみを達成目標に据える時代は、明らかに終焉を遂げつつある。人間力が体力・知力・感性力の総体として成り立つごとく、企業や自治体の経営にも、生産機関・経済機関に加え、広い意味で社会的価値を生み出し得る文化機関の役割がより一層求められつつある。それは、人が左脳のみで機能するのではなく、右脳の働きによる創造的な感動価値づくりを求められている状況と同様といえよう。

STRAMDが過去3年間求め続けてきた指針とは、まさに実務力を伴った感動価値の創出が可能な人材育成である。

《STRAMD》
Strategic Management Design in Kuwasawa

STRAMD
ス ト ラ ム ド
[戦略経営デザイン専攻]

Desiginist Today 2012

講義後、毎回ひとりの受講生が担当し、講義の内容概括と
受けた触発を〈STRAMD〉の受講生ブログ「*Desiginist Today*」に
記録として残しています。
本冊子は、2012年〔第3期〕ブログを中心に編集し、
開講2010年から2012年までの3年間の記録をまとめ作成したものです。

もくじ

STRAMD の 3 期 3 年を振り返り、今後の新展開をのぞむ	3
----------------------------------	---

〔講義の流れ〕 2012 年度ブログより抄録

日本文化とデザイン論／講師：内田 繁	4
知識経営論／講師：紺野 登	8
戦略経営デザイン論／講師：中西 元男	10
アートディレクション論／講師：浅葉 克己	18
ファッションと社会／講師：横森 美奈子	19
エモーショナルビジネスデザイン論／講師：河野 龍太	20
美的感覚練成論／講師：金子 英之	22
知財経営論／講師：金 展克	24
サステナブル・デザイン論／講師：益田 文和	25
ユニバーサル・デザイン期待学／講師：中川 聡	26
知の枠組み／講師：半田 智久	27
現代の学びの意義と意味／講師：安藤 益代	28
社会性企業／講師：佐藤 修	29
WEB 社会論／講師：中川 直樹	30
デジタルマーケティング／講師：石黒 不二代	31
ソーシャルメディア／講師：神原 弥奈子	32
課題演習／講師：中西 元男 河野 龍太 金子 英之	33
＜第4回＞ STRAMD 公開シンポジウム	36
STRAMD 天津エコシティ開発視察ツアー	36
ネットワーク型 STRAMD 人材育成教育	37

〔3 年間の成果〕

触発と自己変革／ 2010 年—2012 年度のブログより抄録	38
プレゼンテーション大会（写真構成）	44
STRAMD 基本パラダイム&各種チャート	45
STRAMD における学びの指針	46
第一期 カリキュラム：2010 年度	48
第二期 カリキュラム：2011 年度	50
第三期 カリキュラム：2012 年度	52
〈STRAMD〉受講生の構成（第 1 期／第 2 期／第 3 期）	54
受講生コメント「あなたにとって STRAMD とは」	55
新〈STRAMD〉について	56

STRAMD の 3 期 3 年を振り返り、 今後の新展開をのぞむ

STRAMD 主宰講師：中西 元男

2010 年 4 月にスタートを切った STRAMD (ストラムド／Strategic Management Design／戦略経営デザイン人材育成講座) も 3 期生を送り出すに至った。本プロシユアは、過去 3 年間に STRAMD 講座から巣立っていった約 80 人の、先端かつ実務思考の強い受講生たちが書き残した、主にブログからの抜粋文集である。STRAMD のこれまで 3 年間は、桑沢デザイン研究所の社会人教育として位置づけられてきた。将来になってみないと判からないが、推測するに STRAMD 教育は世界最先端の経営+デザインの実務型実験教育と称せるのではなかろうか。その成果の証明は、むしろ巣立っていった受講生たち自身のライフ & ビジネスのデザイン力に委ねられていると考えられよう。事実、STRAMD での出会いを契機とする新しい活動や事業開発の芽は、既にいくつか具体事例として姿を見せつつある。デザインが持つ価値創造力を企業経営に活かしていこうとの発想、この場合のデザインとは、見えるデザインである表現や表象はもちろん、見えないデザインである理念・方針や文化的・社会的価値の創出までを指している。当然、関係性の強い理論や事例と共に、企業の蘇業策や新事業計画の具体的事例なども多く学ぶ。

創造行為の大部分は過去の要素の新しい組合せと言われるが、まさに経営とデザインを両極に、20～60 才代(平均年齢 36 才)、仕事や資格も違い、大企業のスタッフから個人経営にわたる、普通であれば出会うことも無かったであろう多彩多様な人材が机を並べ、共に学び、チーム課題で相互に競い合う日々は、まさに仕事人生の第 2 段ロケットへの点火とも思える。ここでは通常のビジネススクールなどでは得られない稀有で貴重な時間が流れている。

ともあれ STRAMD は、先生も生徒も異常に熱心な刺激と触発の学びの場であることは間違いない。本文集から、少しでもそうした熱気的一端を感じ取っていただければ幸いである。

この学びの場は、新年度(2013 年 4 月)より、教室を青山通り外苑前に移し、新しいプログラムを加え継続されることになった。また新講座の一部は、大阪・札幌でもサテライト教室として放映される予定である。

今後とも引き続き革新的な教育の場 STRAMD を、大いに盛り上げていただければと願っている。

(2013 年春)

日本文化とデザイン論

講師：内田 繁（内田デザイン研究所 代表）

日本文化とデザイン論(1) 2012年 5月31日(木)

受講記：吉田 恒（システム開発会社経営）

デザインの意味

「デザインとは何か」

「デザインは何のためにあるのか」

この問いから講義はスタートした。とても深い命題である。「デザインとは何のためにあるのか」に答える内田先生の広義の解は「人間の幸福のため」であり、「人間の幸福は何か」と問うことが、冒頭の「デザインとは何か」の解につながってゆく。

果たしてデザインは「人間の幸福のため」にあったのか、この問い直しの契機となったのが1968年問題であった。これを聴いた途端、自身が考えるべき事柄や視野が広がり、これだけで自らの〈観察力〉が高まった気もした。この、「why」や「what」を追求していく思考は、私自身にとって、「デザイン」に限らず、非常に重要な視座であるにもかかわらず、積極的に解を導く努力を怠ってきた視座でもある。

デザインと時間・空間の不可分性

日本人は自然への観察から「弱さ」や「空」の感性を持ち得た、世界でも稀な民族である。

〈日本人は自らの家屋の広い客間で結婚式や葬式が行えることを自慢するが、欧米の家屋では、同じ客間で結婚式と葬式を行う発想がない。〉

この例示も非常に分かり易かった。欧米のように相応の装飾を施した部屋では、真逆の儀式を執り行うことは不可能である。

日本人が同じ客間で真逆の儀式が行えるのは、日本人が「空」という空間をデザインしており、「空」という感性が備わっているからであるからこそ気付かされる。

デザインのローカリティーと近代デザインの無国籍性

〈屋根を外す行為 = 無国籍性を作る行為〉

建築物は屋根さえ見ればどこの国の建築物かがわかるという例示である。屋根はその地域の風土や気候なども踏まえデザインされ、ローカライズされている。しかし、工業化社会の到来において、四角い画一的な建築物が増えてしまった。ただ工業化社会から一層の技術発展を経て情報化社会へと移行すると、みな、画一的デザインへの疑問を持つようになる。

実際に、私の地元の役場の建物が最近、木造建築に建て直された。官公庁舎で木造建築は唯一であるという。

これはローカリティーを踏まえたデザインの挑戦の貴重な一歩かもしれない。



「観察せよ」そこからデザインが始まると説く内田先生。日本文化のもつ豊かな可能性からデザイン論を展開。

日本文化とデザイン論(2) 2012年 6月7日(木)

受講記：本橋 徹也（広告企画会社経営）

日本文化の可能性

「内田の仕事は極めて日本的だ」

海外のデザイナーやジャーナリストたちが呈した賛辞に、「私のデザインは世界に通用しないのか」と苦悩された世界的インテリアデザイナー内田繁先生。「日本文化とデザイン論」の第2回講義は、STRAMD だからこそ拝聴できる、先生のそんなエピソードからはじまった。やがて内田先生は、それが思い違いであることに気づく。自身のデザイン・アイデンティティにわが国の風土や文化が影響していることを明確に自覚するに至ったと云う。友人でもある建築家・デザイナーのアンドレア・ブランジは、「21世紀は、日本文化、すなわち日本人が本質的に持っていた性質が重要になってくる」と唱えている。「日本文化の可能性」—それが本日のテーマだ。

日本文化とはなにか。それは、「観察の文化」である。モンスーン型の気候や森林に覆われた風土から生まれた文化は、極めて「微細」なものに目を向ける文化であった。そうした自然の観察から、日本人は「無常」を発見する。「無常」とは、はかなく、侘しく、寂しく、心細い、消極的な境地、人生のはかなさである。この世の一切のものは変化し、生滅する。常在（存在）している確かなものなどは、何ひとつない。そして、「無常観」は、「変化の停止は、モノの死を意味する。変化こそ永遠である」

という思考を生み出す。そんな日本人の思考が、「いま」といった瞬間を際立たせたのだと云う。

「微細」「変化」「いま」といった自然観をともなう日本文化のなかに見いだされる美学。それは、はかなさや侘しさを感じる心が“美しい”と考え、優しさや憂い、質素で簡素なものをみつめる心に“美”を見いだすという思考である。「無常美観」こそが、日本人の“美”に対する根本的な思考なのだ。

こうした美学は、空間で見るとわかりやすい。例えば、「注連縄（しめなわ）」や「のれん」といった、認識するための“仕切り”。例えば、「参道」「路地」「縁側」など、内と外とをつなぐあいまいな空間（空白の領域）。例えば、坐る視線から生まれる“水平的”な景観。例えば、薪能の舞台となる非日常的な“仮設空間”、などが象徴的である。大切なのは、これらの思想が決して単なる伝統的思考、過去概念ではなく、今日のデザインに反映されていると同時に、日本の現代デザインの主流をなしていることと認識することである。

また、今回の講義では、日本の美意識の中心となった「わび（侘）」についても触れられた。「わび」が一般的な美意識として認知、定着したきっかけやその背景を「焼き物」の歴史から紐解いていく。「わび」という新たな価値の発見は、まさに“パラダイムの変換”であったと云う。「パラダイムの変換」とは、一般的知識、常識、通念の転換である。モノの見方、考え方の転換は、すべてのものの価値、美、喜びなどの変化であり、新たな「創造



ーデザイン」を生み出す出発点である。

内田先生は、「政治、経済、生産、消費、環境などが変化する今日、人の生き方などは、“パラダイムの変換”を必要している。こうした時代の創造者、計画者、デザイナーは何をすべきかが大きな課題であろう」と云う。同感である。人が、生き方のパラダイムシフトを必要としているなかで、日本企業は、社会をもっと冷静な目で観察し、自らのパラダイムを変換すべきである。企業の“グッド・ソリューション”をスローガンとして掲げる私としては、本講座での学びを、社会・企業そして自社の発展のために役立てていきたい。

次回の「日本文化とデザイン論」は、『21世紀のデザインのあり方ー弱さのデザイン（ウィークモダニティ）』がテーマとなる。先生の提唱する「デザインの神髄」が、自らの口から語られる。考えただけで、仕事と同じくらいワクワクする。貴重な講座である。

日本文化とデザイン論(3) 2012年6月21日(木)

受講記：畑中 朋継（製薬会社・企画マネジメント）

弱さのデザイン

〈最近、身の回りにあるデザインが繊細に見える〉のはなぜか。そういう疑問を何となく抱いていた。そして内田先生の3回目の講義が始まる。内田先生のいつも深く重い言葉が飛び出す中、21世紀のデザインのあり

方がテーマになった時、「弱さ」がキーワードで出てきた。

- ・「弱さ」はネガティブイメージが伴うが、ポジティブなものとして伝えることが日本文化
- ・「弱さ」は人間の心と深く関わっている
- ・20世紀社会は「強すぎた」のではないか、そして自由に見えて実は不自由な状況

そう、周りにはたくさんの風景やモノが溢れている。なのに目に映るのは何故繊細に見えるものばかりなのか？それは、繊細なデザインを美しく、心地良いと感じる日本人のDNAを引き継いでいるからだ！と確信したのだ。講義の前半では前回の振り返りを含め、琳派と今日の装飾性についてのお話もあった。「現代の装飾は装飾的であり過ぎた。今、琳派の装飾を取り上げてみることで、今日（の日本人のデザイン観）につながっているはずだ」というお話。「身分の上下に関係なくみんなで作った文化は日本だけ」というお話。

観察から始まった日本文化は自然の微細の中に「美」を見つけ、移ろいやすさ、はかなさ、曖昧さ、の中に美しさを発見したのだ。

またひとつ、今まで感じていた疑問が晴れた気がした。それにしても、内田先生が講義で出される豊富な写真にはいつも驚かされる。知識に裏付けされた言葉が更に重みを増す。ビジュアルが不勉強のアタマの中に次々と叩き込まれる。

STRAMDのメンバーはそれぞれ異なるバックグラウンドを持った集まりだ。しかし、それぞれに正解が無くて



抱える疑問や好奇心に対して、内田先生の講義はいつも必ずヒントを与えてくれているはずだ。

日本文化とデザイン論(5) 2012年 12月6日(木)

受講記：古石 卓巳（メディア関係）

都市振興戦略としてのホテル

「夕日をデザインしたい。」

講義の最後で出た言葉である。デザインとは自己満足するものではない。人間共通に喜ばれるもの、誰でも共有できるものを目指すべきである。インテリアデザイナー・内田繁氏の目線と言葉は、優しさと豊穡さの中に強い意志が溢れている。実に懐が深い。

人間共通の空間として、ホテルデザインがテーマだ。ホテルは「寝る・遊ぶ・食べる・集う」など人間の営みが詰まっている非日常的な空間である。しかもそこには必ず立地と言う地域性が存在している。その地域性にフィットした「戦略的デザイン」が大切だと言う。確かに、どこに行っても同じ“価格戦略”だけのホテル、市民からも知られていない愛されないホテルは、つまらない。前回に引き続き取り上げられた事例は、オリエンタルホテル広島である。リニューアルにあたり、内田氏は「文化戦略」を基本コンセプトに据えた。宿泊客のみならず広島市民に愛されるホテルにするにはどうするのか、都市型ブティックホテルとしての強みをどう発揮するの

か。茶の湯に通じる「もてなし」「しつらい」「よそおい」「おもい」という理念をベースに、主に1階ロビーを建て増しも含めた全面改装、レストランやギャラリーを中心とした文化的空間を演出した。しかもファシリティの機能を固定化しない。「融通無碍」に様々なコンサートや展覧会、講演やシンポジウムを仕掛けていった。しだいに市民が「集う」空間になっていった。

経営的・財務的視点でも興味深い。ホテルのリニューアルは多額の設備投資が必要である。将来のキャッシュフローを生み出す源泉として、これらの「文化的価値」を定量化することは実に難しい。しかも初期のギャラリーやイベントは、ほとんど無料で全く儲からない。実行するにあたっての経営側への「説得」はかなりのものだったらしい。しだいに口コミによって稼働率は上昇し収益性も向上、現にリーマンショック後も売上は上昇したというから驚きである。

デザインは決して表層的な色・形・機能ではない。何が目的なのか、そのための方法とは？一見優しい日本文化の「もてなし」や「ゆらぎ」を取り入れたホテルデザインには、戦略的デザインの凄みすら感じた。



後期は、ホテルをケーススタディーとして、都市と建築、そして経営戦略につながるデザイン論が展開された。

知識経営論

講師：紺野 登（多摩大学大学院 教授）

知識経営論(1) 2012年5月8日(火)

受講記：大石 純司（ITコンサルタント）

デザインの経営

ゴールデンウィークを挟んで1週間ぶりの講義、紺野先生の授業はデザインと言っても〈経営寄り〉の内容。いわゆる意匠系のデザイン知識ゼロでSTRAMDに飛び込んでしまった私にとって、リアルタイムで理解しながら参加できそうな数少ない授業ということで、だいぶ張り切ってしまいました。（いつもは濃い授業の内容をその場で消化しきれぬまま悶々としてたりする私です。）

内容

知識経営におけるイノベーションの例として「Designing a \$25 Baby Incubator – George Kembel」の紹介、知識創造という観点からこれまでの問題解決法との発想の違いや、知識創造とデザインの関係について解説。また、歴史的な経緯を追いながら2000年頃を境にした経営パラダイムの変換とその理由、具体的な知識創造の例やイノベーションの3つのパターン、そしてデザイン思考のこれまでとこれからの変化についても、適宜Q&Aを織り交ぜながら講義していただきました。

所感

全3回講義の第1回ということで、全体感を示すために非常に盛りだくさんな内容でした。なかなか本を読んだだけでは真意が読みとれない部分も、直接Q&Aで対話できるところが少人数のSTRAMDのいいところだと思います。

分析パラダイムの経営から創造パラダイムの経営へ。（分析は解答を得る手段から、仮説の材料を集める手段へ）デザインの重心は「モノ」から「コト」へ。デザインの位置づけは「アウトプットとしてのモノの一部（設計情報）」から「知識プラットフォーム」へ。知識創造サイクルは早く回そう。現地・現場・現実を大切にしよう。まずは観察から。

より詳しく知りたい方は「ビジネスのためのデザイン思考」（東洋経済新報社刊）で。

知識経営論(2)

2012年5月22日(火)

受講記：権守 智義（HP制作・デザイン教育）

デザインとイノベーション

見えないものをカタチに、カタチ化したものをビジネスモデルとしてデザイン・経営の中に取り入れ、富を生む仕組みとしてデザインしていく…さらにデザインの歴史へと講義は続く。ロシアアバンギャルドの出現、これが大衆へのメッセージとして広告へ使われた。ヘンリーフォードの話。大量生産で売れに売れ1位になったが、やがてGMが「乗る車から、魅せる車へ」を提案。GMのデザインイノベーション事例<車のスタイリング（デザイン）部門/モデルラインナップ/ドリームカー（コンセプトカー）陳腐化戦略/モックアップによるデザイン>が紹介される。これによって、GMが1位へ。これも「デザインの力」。つづいて、PCのマウスの話。ゼロックス社のダグラス・エンゲルバートが最初にマウスの原型を開発。しかし、今のマウスとは異なりボタンが3個用意された複雑なもので、1個300\$だったとか。そこでスティーブ・ジョブスは…など。点と点がだんだん線になってきてます。本当に内容の濃い講義です。

知識経営論(3)

2012年6月12日(火)

受講記：瀬田 信吾（教育・人材開発コンサルタント）

デザイン思考（知識デザインの実践）



いつもと同じ教室に入ると、いつもとは違ったレイアウト。今日は、紺野先生の3回目の講座。多くのメンバーが楽しみにしていたグループワークが予定されているのだ。カイザー・パーマネンテのイノベーションセンターで的一幕。続いて、「ビュリダンのロバ」を引用しながら、確率論的・論理的に考えても答えが出ない局面でどのように解を導き出していくのかというお話で導入部。

「今日はいくつか英語の映像もあります。バイリンガルで行きましょう。」と軽いイントロダクション。教室の中には、苦笑い。私も例に漏れず苦笑い……。そして、英語でのインタビュー映像などを引用されながら、徐々に本日のメインテーマである「質的研究方法論」へと講義が展開されていく。

「お客様は自分の欲しいモノを、自分のコトバで語ることができない」ゆえに、既存のお客様からコトバで語れる現状への不満は出るものの、“本当の本当に欲している何か”を得ることは難しい。不確実で論理的・直線的思考が通用しない今の時代、エース顧客を見つけること、あるいは仮説検証アプローチでプロトタイピングしながら進めていくことが重要になる、というお話は響くものがあった。

そして、今年度初めてのグループワークへ。

エスノグラフィーのお試し体験(エクササイズ)。お題は、「ファスト・フードでもっと誇らしげに食事ができるようなくユーザ経験>のイノベーションを考える」こと。典型的アメリカ人のインタビューを見た後に、グループ

ごとにイノベーションを考える。「難しいエクササイズを持ってきてしまいました。」とは紺野先生の言葉。その言葉通り、各グループ四苦八苦しながら、かつ十分な結論に至ることができないながらも発表へ。短時間のワークながらも、それぞれに興味深い切り口・アイデアが散りばめられ、STRAMD受講生の多様性が垣間見られる一幕でした。ポイントとなったのは、話している内容(英語なのでロクに分からなかったが…)よりもその裏に見え隠れする対象者の心の内側をいかに捉えるかということ。対象者の抱える問題(今回は、心理的葛藤)をどのように切り取り、問題解決策をどのような枠組みで考えるのかということだった。この枠組みの捉え方も曲者で、社会的な認知を変えるという広さから、対象者の心的不安を直接的に取り除く(例えば、その行為を肯定する)という深さまで多様に考えられるから難しい。講義の最後は、毎回のごとく活性化したQ&A。

参与観察とは問題が生まれる“いつもの空間”に観察者がどっぶり入り込んだ定性的なデータを収集するということだが、観察者がその空間に分け入ることによって、“いつも通りではない空間が生まれる”のではないかとという質問があった。「それでいいんです。だって、だから企業ごとに違うイノベーションに繋がるんでしょ。」との回答。

データの集め方から、モデル化、そして解決策の検討まで最善解などないんだから、デザイナー達が、それぞれの最適解を模索しつづけよ、そんなメッセージに感じ



紺野先生の講義は常に経営学の最新情報が満載。「エスノグラフィーとプロトタイピング」は視点の転換を促す先鋭的ワークショップ。

戦略経営デザイン論

講師：中西 元男（PAOSグループ 代表）

戦略経営デザイン論(1) 2012年4月19日(木)

受講記：古石 卓巳（メディア関係）

STRAMDとParadigm10

内容

「□（四角）はどう描けば四角に見えるのか？」

一昨日の自己紹介プレゼンの熱気が冷めやらぬ中、この謎かけから記念すべきSTRAMD第3期最初の講義は始まった。まずは、中西先生自ら40年以上PAOSで培ってこられた《Paradigm10》、つまりデザイン思考に必要な10個の「視座」を、惜しげもなく披露していただいた。バブルの残り香さえる93年のVTRも交えながら、STRAMDアプローチの目次とキーワードが次々と示されていく。

経営に於けるデザイン思考では、形式知と暗黙知の間、人・モノ・カネ・情報を超えた「知的・美的」領域にフォーカスする。物的価値よりも歴史を超越できる情報価値に、また市場原理より社会原理に重きを置く。常に既存概念を疑い(Think Creative)、相手のことを考え(Art ≠ Design)、対症療法より予防医学、更には根源療法をを目指す。脱工業化社会では「デザイニスト」として「核拡デザイン」を考えるべきetc・・・とても400字には収まらない豊かな世界である。

所感

私はこのSTRAMD受講にあたって、「デザインとは、戦略を組織の中で効果的に実行するための優れたコミュニケーションツールである」と仮説を立てている。MBAのアプローチでも、優れた分析による優れた戦略を立案することはもちろん、これを伝え確実に実行する必要性までは言及する。

しかし、人は「論理」だけでは動かない。特に変革の現場に於いては「情理」も要る。戦略が仮説である以上、伝え実行し続けなければ価値は生まれない。ましてや戦略そのものもコモディティ化する時代である。

どうすれば伝わるのか？

ここで、意味訴求より感性訴求を得意とするデザインコミュニケーションが、効果を発揮する領域がある。良い

デザインには、外側から巻き込んでいく「底力」があるからだ。この知見の端緒を得たのが、本日の最大の収穫である。「デザインの底力」、すごそうである。

この1年、四角同様に「思考のエッジ」を立てて、じつくりと向き合いたい。

戦略経営デザイン論(2) 2012年4月26日(木)

受講記：糸矢 葉月（IT・プロジェクトマネージャー）

STRAMDとProspectus10

STRAMDも今回で4回目。え、もう？本当に時間の速さを感じる。

中西先生の授業には、人生の教訓となるような宝石のような言葉がちりばめられていて、息つくひまもなく、とても楽しい。イントロダクションで、前回の《STRAMD Paradigm 10》をおさらい。何回も繰り返し言葉で聞くことによって、習得度が深まっていく。STRAMD脳に整えたところで、本日のお題目《STRAMD Prospectus 10》(受講にあたっての基本視座と姿勢)の、1と2をご教授いただいた。

1. 自分自身をデザインすること

「思ったことは口に出す。強く思い続けることは現実化する」。柔らかく言うと、これに尽きる。余談だが、私の周りにいるスピリチュアル女子の間では、「ビジョンマップ」が人気だ。興味のある雑誌等をぱらぱらめくりながら、これは！と感じた写真などをコラージュしていく、というもの。自分になりたいイメージや夢がより具体化することによって、現実を訪れる機会が多くなる、というセオリー。かくいう私も、作ってみたことがある。個人的な体験からしても、詳細まで頭の中に描ける夢は、かなりの確率で叶うと思う。

2. 「欲識」を深めて「直感力」を磨く習慣を身につけること

「欲識」とは、知識のストックが自分の中にたまっていて、すぐに使える状態であること。「欲識」を深めるためには、常に「Why?」を繰り返すこと。なにゆえに自分は美しい、醜い、心地よい、気持ち悪い、と感じたのか。とことん考え尽くす癖を身につけたい。この「欲識」が深まると「胆識」になり、これはまさに「直感力」、神業である。匠の技、プロフェSSIONナルの世界。

また、Tipping Point（臨界点）や Catastrophe（不連続変化）についても、述べられていた。ずっと続けることによって、ふわっと飛躍的に伸びる瞬間があることや、予想しなかった出来事によって人生が大きく変わること。私にとっての STRAMD な生活にも、両方の出来事が訪れそう。まずは、講義内容を日常生活にきちんと落としていくことから始めたい。

戦略経営デザイン論(3) 2012年5月15日(火)

受講記：伊藤 賢（WEB制作・テクニカルディレクター）

自伝的・体験的デザイン論（合同授業）

ざわざわと数百人、黒山の人だかり。教室には所狭しと受講生がひしめいていた。本日は桑沢デザイン研究所の夜間部2年生との合同授業。若々しいエネルギーに圧倒されつつ、STRAMD 陣は教室前方左に着座。早くも熱気に包まれている。これからを担う若い世代へ向け、先生で自身の「自伝的・体験的デザイン論」からスタート。桑沢から早稲田までの学生時代。この日のために発掘された当時の写真に、学生らしい微笑ましいエピソードを添え、どう「デザイン」と向き合っていたかを、生徒の気持ちに合わせ、分かりやすくお話しいただく。その後「デザインでどこまで何ができるのか」「自分自身をデザインしていくこと」と講義が続く。

『デザインとは人に花を贈るようなものである』
(E. ソットサス)

先生は講義という触媒を介して、人に伝えるデザインの有り様を身をもって示してらっしゃるのではないだろうか。なんて貴重な体験なんだろう。そして『デザインは「実力主義」が認められる素晴らしい職業なんだよ』というメッセージ。多くの生徒が力強く励まされたに違いない。さらに『デザイン業は気配り業』というご説明。多くの生徒の耳に激痛が走ったに違いない。

現在、日本企業や社会の「デザイン」に対する一般認識は、デザイン分野が美大に併設されてきた教育背景や、作品主義的なデザインの蔓延によって、元来の「デザイン」と大きな乖離が生じていると感じる。この問題を、共通言語化し、形式知化し、解決していくことが自身の大きな命題。

今後の先生の一言一句一挙手一投足、逃さず食らいついていきたい。

戦略経営デザイン論(4) 2012年6月5日(火)

受講記：可兒 佐和子（国際特許事務所・弁理士）

知的美的発想からのイノベーション

STRAMD に来て約2カ月、授業の終わりにはまず「未知の視座にふれたことへの高揚感」があり、そして、少し心が落ち着いたところで「さて、自分はどうするか」という問いの続きが始まるのが、普通のことになりつつあります。

今回の授業は、《STRAMD Prospectus10》の続き。前回



戦略経営デザイン論は、STRAMD の基軸となる講座。《Prospectus10》《Paradigm10》のシートが配布され講義が進行する（→ p.46/47 参照）

までのおさらいと「3. 答えを覚えるのではなく、良い質問と答えの出し方を導く」についてのお話でした。“How to よりも Why to” 問題の根源はどこか。そもそもどうなりたいたのか。なぜそれを「良い」「美しい」などと思ったのか。Why から始まる思考を続けてこそ、めざすべき指針（ディレクション）が見えてくる。指針に辿りつくためには頭をやわらかくすることも大切。無意識から意識に切り替わる汽水域「浅葉先生の師匠が仰ったところの daydream だろうか。」で魅力的なアイデアがひらめくことも多い。[…まるでデザインの感判知性に連動しているかのようだ。] 論理を超えた世界からアイデアが訪れたら、次はそれを人に伝えるためのレトリックを考えなければならない。そして結果を導き出す方法自体にもクリエイティビティが必要。28 年前の映像から、これが PAOS 設立当初より実践されていることとわかり衝撃。更には「困ったときの既成概念破壊法」までお教え頂き、なんとも実践的な授業でありました。

4 月にこの《Prospectus10》を見たときは、一体ここは何の学校なんだろうと思ったものです。受講前の私にとって STRAMD の目指すところは自分に関係のあることなのか判断しきれず、ただ、そのまま通り過ぎることはできないパワーだけを強く感じていました。

去年は（桑沢の）基礎造形専攻に通い、「コンセプト」云々以前に、人間の根源的・身体的感覚としてのデザインの存在を肌で知る機会を得ました。まだぐるぐるとした頭の中で、「STRAMD は、デザインが言語的理解を超えた価値を体現するものであることを前提としつつ、その価値を “Design Thinking” に落とし込み、論理と非論理を行き来する人間生活の中でこれをどう活用できるかを探求・実践する場ではないか」と感じています。

今この段階で、自分の生き方にデザインをどう結び付けられるか、手法はともあれそのこと自体を当然と受け入れられている状況に、心地よい驚きを覚えます。

戦略経営デザイン論(5) 2012 年 6 月 14 日(木)
受講記：栗田 哲朗（WEB デザイン会社経営）

経営の起死回生：松屋銀座

「では、はじめましょうか」

中西先生のいつもの一言から、今日も講義がはじまる。

STRAMD がスタートし、早 2 ヶ月が過ぎようとしているが、この 2 ヶ月間、受講前は想像できなかったような濃密な時間を過ごせている。

アプローチ方法、解釈、視野、どれをとってもこれまでの自身には持ち得ない質量であり、さまざまな視座からいただく中西先生のお話は全てが未知との遭遇である。それを会社に持ち帰って即実践できたり、内容をスタッフたちと話すことで、また、自分たちの成長につながっていることを実感できている。

そして、何よりも、これまで自身が読んできた多くのデザイン書でお名前を目にしてきた中西先生の講義が聴けること、いろいろなお話をお伺いできることの歓びは、もはや容易に表現できるものではない。

こんなに熱量が高まり続ける経験ができていること、何より濃密な時間を過ごせていることへの幸福感。10 年以上の社会経験を得て受講だからこそ、高校生、学生だった頃にはなかった、学びを実践によって体得する幸せが大きいのだろう。

今日は、前回（6/5）の講義で出た質問事項への回答からはじまった。中西先生をはじめ STRAMD 講師の先生方は、講義中出た質問や疑問に対して本当に熱心にお答えになる。いつも、関連する事例を元に回答いただくのだが、質問が出なければ伺えなかったことが多い。今回も、PAOS におけるヒアリング手法や仮説づくりの元になっていること、仕事の中で気をつけていらっしゃるなど、など貴重なお話をお伺いできた。自分にはないクラスメートの視座から学びがあるのも STRAMD の醍醐味だ。

そして、《STRAMD Prospectus 10》に主題は移り、前回の続きで「3. 答えを覚えるのではなく、良い質問と答えの出し方を導く」特に、「答えの出し方を導く」方法から、松屋の CI 事例までボリュームの多い講義となった。「デザインは定量的な価値判断が難しいもの」

中西先生が折りにふれて仰っているが、自身、業務上いつも直面することの多い「デザインにおける価値判断について」の問題は、デザインを生業にしている私達でなくとも非常に重要だと思う。今回、想いは加熱し「同じ認識を全日本人が持つべきだ！」とまで思ってしまった。

売上や客数のような指標と異なり、定量的な価値判断が難しいものがデザインであり CI である。私は仕事の中で、定量的価値といえる指標（KPI/KGI も含）など圧倒する、「高い本質的価値」を有しているのがデザインだと考えて

いるし、だからこそ、デザインにおいての全体的且つ総合的な判断軸をもつことこそ重要であると思う。

結果的に求めている基準や指標をクリアできる力をもっているデザインに対して、「それで売上がどれだけ上がるのか？」と、いわれない認識の共有が今本当に必要なのではないかと考える。

STRAMD天津視察(※)に見た中国の現状やSAMSUNGに見られるような家電メーカーにおけるデザイン思考。本質的なデザイン思考こそ、日本の経済成長に必要なと感じる講義だった。今日も、また幸せな2時間でした。

戦略経営デザイン論(8) 2012年9月25日(火)

受講記：本橋 徹也(広告企画会社経営)

前期レビュー：企業経営をデザイン思考する

「企業経営をデザイン思考する」

そのスローガンに込められた想いが、つまびらかにされた本日の講義。STRAMDの基幹講義である「戦略経営デザイン論」第8回は、前期講義内容のレビューに終始した。理念とは、理想と信念。理想があったとしても、信念を貫けなければ絵に書いた餅で終わる。そして、それは私自身のこれまでを言い当てている。実際問題、現実とはなかなか厳しいものだ。16年間の会社経営のなかで、時にクライアントに迎合してしまう自分を情けなく思う。今、私に必要なのは、時代を超えて貫ける理想の発見かもしれない。(※ レビュー内容記述略)

戦略経営デザイン論(9) 2012年10月16日(火)

受講記：古石 卓巳(メディア関係)

イメージマネジメント 4種の神器：セクスイハイム

中西先生の講義の時、必ず持ってこなければならない2枚の紙がある。ひとつはSTRAMDの考え方の骨子が記された《Paradigm10》、もうひとつはSTRAMD受講に当たった姿勢が記された《Prospectus10》である。PAOS 40年の歴史が詰まっているだけに、さらっと目を通すだけでは絶対に体得できない。ゆえに何回も立ち戻って、講義の中で中西先生はその“根っこ”の概念を繰り返し説明していく。しつこいほどに。

なぜなら、我々はすぐに既定の「類型思考」に陥るからだ。デザイン思考は常に「脱皮」を繰り返さなければならない。その“根っこ”を押さえておかないと、いくらCI(コーポレートアイデンティティ)の事例を学んでも、表層的になり意味をなさない。

今回のフォーカスは、Prospectus10 No.4の「**価値創造成果を「成功実証事例」から学ぶ**」、である。取り上げられたのは、セクスイハイムのブランドアイデンティティだ。今から40年前、PAOSがその後に築くビジネススタイルの基礎となったプロジェクトである。

当時盛んな住宅需要の中で、いかに「ユニット工法」を広く知らしめ事業を成功させたのか。大工さんが「建てる」が常識だった住宅業界に、工場で「作って組む」をどうやって社内外に浸透させたのか。意識を変える時、必ず「類型思考」の反対者が多い。ゆえに、“根っこ”のコンセプトの確かさと、それを伝えるデザインが鍵であった。

社内には「4種の神器」と呼ばれるファイルで、意識の浸透が図られた。①「コンセプトブック」で事業の優位性や存在意義を明確に説明、②「ブランドアイデンティティマニュアル」では各デザインアイテムをツリー状に配置して一覧性を高めて直観的に視覚訴求、そして③「ファクトブック」で経営戦略上のデータベースを提供し、④「事業計画書」で短期のみならず中長期的なエバングリーン(持続的成長性)を目指す。これらは現在も使われていると言う。

単に企業のロゴを作るに留まらない。コンセプトデザインという“根っこ”を押さえた、立体的な像が描かれている。ロジックとデザインの高次元の調和とも言って良いだろう。救急医療・対症療法から予防医学・根源療法へ、フロー的創造からストック的創造へ。日本社会もあなたも、そろそろ目先のことに囚われず、“根っこ”から考えてみないか？そんなSTRAMDらしいメッセージを感じた。

戦略経営デザイン論(10) 2012年10月30日(火)

受講記：岩崎 正寛(WEB制作会社マネジメント)

政策・方針のデザイン：ブリヂストン／神奈川県

10月31日。渋谷の街は、思い思いの衣装に身を包みハ

※STRAMDでは、中国最大の成長都市見学のため天津エコシティ視察ツアーが行われた(→p36参照)

ロウインを楽しむ人々で溢れかえっていた。我々も週2回だけ、それぞれの日常を離れ、渋谷で生徒の顔になる。本日は、STRAMDの中西先生による、「戦略経営デザイン論」の10回目。前半は先生が手がけた代表的事例の一つであるブリヂストンのCIプロジェクトをモデルケースに、価値創造手法を学ぶ。

企業をひとつの有機体として捉えた時の、その深層心理。その奥深くに眠る想いをPAOSは独自の方法論で顕在化し、象徴化していく。そうしてできあがったCIをはじめとする象徴秩序は、いわば磨きぬかれた想いの結晶。その輝きに照らしだされた方向に、企業は自ら歩みだしていく。その結果としてブリヂストンは、F1レースにタイヤを提供するほどの、世界一のタイヤメーカーになった。

想いの力はかくも強い。私自身、成し遂げたい目標を手帳に書いて持ち歩いていたら、いつの間にか実現していたという経験がある。陳腐な自己啓発書のようにと馬鹿にするなかれ。人類だけが自ら価値を作り出し、その価値によって自らをドライブさせることができる。その歓びと重大さを自覚することが、感動的経営環境創出の第一歩だと考えている。

後半は神奈川県KIプロジェクトにおける中西先生のプレゼンテーション記録映像を鑑賞する。恐らく本邦初公開の、貴重な記録映像。スクリーンに映しだされた、今よりちょっとだけ若い雰囲気の中西先生は、クライアントである神奈川県知事と向き合い、その構想を余すところ無く伝えていた。

壮大であるあまりに、凡人にはその全体像をなかなか捉えにくい。中西先生の思想を少しでも理解するために、私はいくつかのキーワードを抛り所として先生の授業を読み解いている。そのキーワードのひとつに「演劇的手法」というものがある。静態的な戦略論とは一線を画するPAOSのコンサルティングは、どの事例を取りあげてみても、生き活きた運動に満ちている。

戦略仮説というシナリオを書く。そして、街を舞台に、企業を役者に、時代を彩るスペクタクルを繰り広げる。そこに私は、コンサルタントというよりも、脚本家・演出家としての創意の横溢を感じずにはいられない。そして、プレゼンテーションがプロジェクトのプロローグであるなら、それは全体のドラマ性を予感させるものであるべきだ。壁一面に貼られた資料を舞台装置に、中西

先生の詞藻が人々を駆り立てる。書かれた文字が踊り出す。描かれた図表が歌い出す。

授業後の質問タイムも欲張って質問させていただく。

「先生がお会いした経営者の中でも、とりわけ優れた人に共通する人柄とはどんなものか」。

授業では挿話のように何気なく触れられていたこの部分、実はとても重要なのではないかと感じていた。なぜなら、STRAMD受講生なら授業に必ず持ってくる受講の基本視座、《Prospectus 10》。その第一項目に深い関連性があると考えたからだ。

散りばめられたピースを自分なりの仮説を持って組み上げていく愉しさ。そのSTRAMDの真骨頂、今回も満喫させていただいた。

戦略経営デザイン論(11) 2012年11月6日(火)

受講記：三嶋 浩太（環境コンサルタント会社経営）

理念づくりからの経営革新：LUMINE

今回も前回に引き続き、PAOSで手掛けられた各種事例や、前回の講義後の受講生のコミュニケーションシートにでてきた質問事項をもとに、中西先生が話を展開する。前回の、中西先生が行われた伝説のプレゼンのビデオをまだ見ておらず、ビデオ補講の手続きはしているが、前回の講義で見た人の感想等を聞くと、早く見なくてはと思ってしまった。

事例としては、「ルミネ」を冒頭に取り上げられ、そのプロセスを紹介いただく。途中、7月のPAOSでのチーム指導の際に拝見した、広大な概況シートに再び対面する。あれを拝見し、STRAMDの前期課題のチームでのやり方を変えただけに、自分としては感慨深いものがある。そして、最後に視聴した「PAOS20周年記念制作」のビデオ。PAOSの事例の集大成として、時系列または体系的に見ると、本などで各事例をパーツで見ると、案件の深層的变化がわかりやすい。また、社会や街で展開されるCIの姿を見ると、プロジェクトの前後で、その美観は全く違い、知的・美的要素をCIを通じて社会に広げられることを実感しやすい。時間や根気を費やしてできた、アートや精巧に作られたものなどに、「すごい」という感嘆をもらすが、プロジェクトのプロセス・アウトプットに、それに近いものを改めて感じた。

今回の授業の中で、特に印象深かったのは、

- (1) PAOS 設立時に中西先生が考えられた、会社をつぶさないルール
 - (2) 「成功者はポジティブシンキング」「優れた提案やプランは美しい」「運の強い人につくこと」などの各種 TIPS (コツ)
- という点。

会社経営者であれば(1)は共感できることが多いはず。(2)にも、ビジネス上に生かせるものが大いにあるはずである。

弊社でも、スタッフ等の GL 要素 (GoodLuck の略) を重視している。何か困ったことに出くわしても、いろいろと助ける人・事が現れ、解決できてしまうことがある。そういう要素が重要であると考えている。これは、ただ「運がよい」というわけではなく、何事もポジティブに活動し、いい人との出会いを持つなど、日頃の行い・努力等が大切だということだ。そういう考えに再び会い、自分の考えが間違っていなかったのかなと感じた。

戦略経営デザイン論(12) 2012年11月20日(火)
受講記：吉田 恒 (システム開発会社経営)

理念づくりからの経営革新：伊藤忠商事

今回は中西先生の手掛けられた伊藤忠商事などのケーススタディから、「経営理念」がテーマ。

「戦友の屍を戦場に残さず」

これは、アメリカ海兵隊の有名な行動理念であり、世界でも素晴らしい理念と評されている。「理念」はその性格上、具体的「行動」に繋がるものであるべきだが、通常のケースでは直結させるのは難しく、「指針」などという規範を作り具体化させなければならない。この点、アメリカ海兵隊の「戦友の屍を戦場に残さず」という理念は、戦場における兵士の死亡の最小化、即ち、進路確保や補給戦略、戦闘戦略において、兵士の死亡、死体の搬出を最小限に抑えるという具体的行動規範に直結している。

企業理念においては「時代性」という要素も重要である。例えば「老舗」といわれる企業であれば、江戸時代以前から事業を行ってきた企業体も多い。但し、江戸時代と現代では、思想も文化も制度も違う。同様に企業に求め

られる役割も違ってくる訳だから、その時代に合った企業としての行動が求められる。そうすると、自ずと「時代性」という要素を含んだ理念が必要となるのである。世界有数のコングロマリッドである日立グループの以前の企業理念は「日立魂」であったという。この企業理念には注釈があり、グループ会社も含めた会社の社長に就任する際には、自らの「日立魂」を発表するというものがあつた。これが注釈として存在することにより、社長や次期社長予備軍は、本来の日立の伝統を受け継ぎつつ、その時代時代のトレンドを踏まえた各々の考えを企業行動の指針として、劣化しない企業理念を掲げることができていた。伊藤忠商事の例では、江戸時代に創業し戦後破竹の勢いで成長を続けていた同社が、いわゆる「理念」というものを持っておらず、企業理念を新たに策定していくところから、どのように形にしていっただのかを詳しく聴く。何より勉強になったのは「理念」という抽象的にも思えるものを創っていく作業に対しても、徹底した見える化を行っていることである。見えにくいものを提案するときこそ、見えやすいものに置き換える必要が高いと思っていたが、具体的な手法などを見てみると、その徹底した内容に驚かされた。また、非常に大きな組織にも関わらず、全員参加型でプロジェクトが進んでいたのにも大変驚かされた。

今回の講義を頂戴し、これまでの、自分自身の「企業理念」というものに対する考えの甘さと、その重要性を認識する有意義な機会とすることができた。

戦略経営デザイン論(13) 2012年12月4日(火)
受講記：本橋 徹也 (広告企画会社経営)

理念経営のシンボルケース：ベネッセ

「企業の文化戦略」その起源と、実践が本日のテーマ。「戦略経営デザイン論」第13回は、質疑への対応後、日本型 CI (コーポレート・アイデンティティ) の開発者中西元男先生が、なぜ企業に文化が重要かを認識するようになったのかのお話から始まった。「企業の文化戦略」は、STRAMD が提唱する「日本型 CI (核拡デザイン)」の6軸のひとつ「文化的・環境的価値のデザイン」にあたる。その起源は、「我々は、社会に対して物質的な貢献をすると同時に、道義的・文化的貢献をも果たさなければなら

ない」という、「オリベッティ 社（伊：Olivetti / 1908 年創業）」の企業理念に求められる。

「オリベッティ社」は、そうした理念のもと地域社会のなかに経営者の経営哲学・人間観を、デザインや造形思想を以て浸透させている。このブログは、その足跡を振り返ることが目的ではないが、わが国の企業が置かれた現状を鑑みると、オリベッティ社の歴史をひもといていくことは、大変意義のあることと思う。企業経営というものが崇高さと気高さを持つとすれば、「オリベッティ社」が嚆矢と考えてよさそうだ。興味のある方は、中西先生の著書「DECOMAS（1971 年発行）」をご一読いただきたい。

ともあれ、「オリベッティ」の思想に触発され、自らのコンサルティングの軸のひとつに「企業の文化化」を加えた中西先生は、1979 年、ベネッセコーポレーション（当時：福武書店）の第一次 CI の中で、具体的な企業指針としてそれを示された。この考え方は、後に彼らのアート活動「ベネッセアートサイト直島」へと繋がりが開いていくことになる。講義では、日本型 CI のケーススタディとして、そうした「文化化」とともに示された「国際化」「情報化」や、ベネッセコーポレーションの第二次 CI の骨子「事業企業」「人間企業」「地球企業」、さらには、成長プロセスや具体的事例などについても触れられたが、詳細は省略させていただく。

中西先生の著書をほぼ拝読している私としては、本を読むのと、直接講義を受けるのとでは、お腹への落ち方がまるで違うということを記しておきたい。その理由のひとつとして、参考資料の配布が挙げられる。本日いただいた資料は、1974 年に中西先生が「中央公論 経営問題特集号」に寄稿した提言の写しである。

配布された資料には、「試論 企業の文化戦略」という題名の脇に、「企業はどこにアイデンティティを求めるべきか。新しい状況に即応し文化戦略を提言する」という文章が置かれている。内容は、序論として「イメージ尺度が現れはじめた」があり、本論として「いかに多く感じさせる企業か」「商品の情報化から企業の情報化へ」「コーポレートアセスメントの時代」などが綴られている。そして結論として「企業は文化機関でもあるべきだ」とある。

こうしてインデックスだけ抜粋しても、決して古くない、現代の企業にも当てはまる考え方であることがわか

る。いずれにせよ、昨今 CSR（企業の社会的責任）なるものがもてはやされているなかで、今から 38 年も前に「企業の文化化」を唱えていた事実には驚かされる。同時に、STRAMD の今後の方向性、その講義を受講する私たちのミッションについても、考えさせられる。その答えを、後期研究テーマのプレゼンテーションで示したいと思う。

戦略経営デザイン論(14) 2012 年 12 月 18 日(火)

受講記：大石 純司（ITコンサルタント）

真の日本型 CI：INAX（その 1）理念の浸透

早いもので年内最後の授業。

中西先生率いる PAOS の掲げる戦略の 6 軸、そのすべてに取り組んだ INAX の事例、まさに STRAMD の集大成とっていい内容。

愛知県の常滑が発祥の伊奈製陶。技術は確かで、まじめ。いい製品を作るものの、プロダクトアウト的な発想が抜けない。製品自体は全国に流通しているものの、本社の体質はいつまでたっても一地方のローカル企業。また、Panasonic や SONY の様なイメージのシンボルになるようなものもない。

タイルの製造では 50% 近いシェアを持っているものの、より利益率の高いトイレの製造では圧倒的に TOTO の後塵を拝し、立ち向かうこともできない。それを CI の導入により、どうやって名実ともに全国区のブランド企業に変革したのか。おそらく中西先生しか今となっては持っていないであろう貴重な VTR とともに、当時の様子やプロジェクトの進め方、そしてプロジェクトのキーとなる考え方や出来事について、講義は進む。いつもながら、当事者しか知り得ない、そして書籍等では語られない、些細けれども大事な事柄にあふれている。特に、企業トップの人柄や姿勢については、多くの感銘を受ける。

当時の INAX の伊奈社長の決断、なぜ今 CI の導入をするのか。創業家の責任。どうやって企業理念を浸透させるのか。2 年半をかけて 80 回以上にわたる、従業員との直接の話し合い。

STRAMD も最終章間近。私も覚悟を決めて進もう。と、ふと思ったりもする。

戦略経営デザイン論(15) 2013年1月15日(火)

受講記：瀬田 信吾（教育・人材開発コンサルタント）

真の日本型 CI：INAX（その2）事業開発のデザイン

事業開発のデザイン

STRAMD 第3期の最終講義は、STRAMDの主旋律である、中西先生の「戦略経営デザイン論」で締めくくられた。前講義に引き続き、INAX社のケーススタディを引用し、「事業開発のデザイン」をテーマにした講義であった。「トイレを日向者に」を掲げて取り組んだINAX社での一連の事業開発は、10年間でトイレ市場を3倍にし、トイレ自体のバラエティ化も加速度的に進行させた。そして、その動きは、かつて使用するのも憚られた公衆トイレの環境向上にまで繋がっていく。INAX社自身の発展はもとより、新たな市場の発展や世の中・生活者の志向性の変化にまで影響を及ぼしたということだ。

このケーススタディは、「事業」とは何か？という示唆を含む。事業とは、「こと」の「なりわい」と書く。では、「コト・ビジネス」とは何か？講義での言葉を借りるならば「哲学売り」であり、理念・思想・価値観を世の中に投じていくことと解釈した。「事業」に経済的側面（乱暴に言えば、儲け）が必要条件であることに異論はないが、十分条件としての「価値創造」が求められるということである。と、言葉にすると至極当然のように映ってしまうが、お題目的な「イノベーション」ではなく、あるいは世間に流布された「戦略論」でもなく、デザイン・アプローチによる「価値創造」あるいは「生活提案」とはどういうことなのかということを、実体験に基づかれ

たケーススタディを通じて、気づき学べるのが本講座の魅力であろう。

一般教養としてのデザイン

さて、STRAMDでの初講義からおよそ9ヶ月が経つ。自分の中で、「デザイン」という言葉の解釈は大きく変わった。付け加えるならば、「戦略」も「経営」も「戦略経営」も「戦略経営デザイン」に対しても、捉え方が大きく広がったという実感がある。先の事業開発を取り上げても、左脳一辺倒で練り上げる戦略では実現しえない。十分条件にあげた「価値創造」を描くには右脳の、というか「右左脳循環的」アプローチが必要なのだとつくづく思う。そして、《STRAMD Prospectus10》の第1項には「ビジネスをデザインする前に自分自身をデザインする」とある。すなわち、ビジネスにデザイン的アプローチが必要であるのと同様に、それは個人にも求められているということ。戦略経営デザイン論をはじめ、STRAMDの講義はビジネス・事業に立脚したテーマであるものの、それは常に個人へのメッセージを内包している。それは、ビジネスにおけるデザインの果たす役割を描き直すと共に、個人におけるデザイン・アプローチの可能性を問い直す機会を与えてくれる。「リベラルアーツとしてのデザイン教育」、そこにニュー・ビジネス・スクールを掲げるSTRAMDという学び舎の存在意義を感じている。「デザインとは何か？」

「それはあなたにとって、どのような意味があるのか？」
今回でSTRAMDの講義は終わることとなるが、決して受け売りの解釈に留めるのではなく、自分自身をデザインしつづけていくために、常に問い返し続けていきたい。



「次世代型実務家を育てる」という目標のもと、豊富な企業の開発事例が具体的に紹介される中西先生の講義。

アートディレクション論

講師：浅葉 克己（桑沢デザイン研究所 所長）

アートディレクション論 2012年5月29日(火)

受講記：高島 夏子（食品パッケージデザイナー）

デザイン：創造の現場から

右巻・左巻、一本の線から宇宙へ飛ぶ。

ミラクルな浅葉先生の登場です。浅葉先生のミラクルさに魅了され思わず手をあげてしまい、ブログを書くことになりました。

七つの顔を持つアートディレクター

「浅葉克己」

- 1 発想でひらめいて
- 2 現場でひらめいて
- 3 定着でひらめいて

日常の中で・・・。

そうやってひらめいてきた、まさに作品たちを当時のエピソードを交えてご紹介くださいました。西武百貨店（ウッディ・アレンの「おいしい生活」他にもいろいろ）、サントリー（サントリーオールド）、キューピーマヨネーズ、日清（カップヌードル）、武田薬品（アリナミンA）、TDK（アンディー・ウォーホルがモデル。ギャラは600ドルだったはずなのに高額な請求が！…など）

これらの広告は、時を重ねても鮮明に記憶に残っているものばかり。驚かされます。

テンテンテン・・・と軽妙なリズムでお話くださる浅葉先生は謎だらけ。簡単そうに話しているけれど、相当な冒険エピソードばかりです。

「言葉の意味の中に形をあらわすものがある。」

「広告とは終わりのない人類の生き残りをかけた知恵の表現だ。」表現とはそこまで突き詰めて考えなければいけないんだよとつぶやく。

「根が太ければ樹は倒れない。谷が深ければ泉は枯れない。」

「右巻・左巻・・・」

文字とは祈りの痕跡。

文字の探検家としての顔。甲骨文字が書かれた甲羅をコレクションし、毎朝^{ちよすいりょう}褚遂良を臨書し、トンパ文字を描く。

ひらりとひらめきながら世界中の面白いもの・興味深いものを採取し、言葉とその意味の中からあらわれたものを、ギュッとデザインして

私たちの記憶の奥まで浸透させる。

そして、私たちの心は動き出す・・・。

私の心拍数は上がりっぱなしです。



表現はどこからうまれてくるのか？作品における発想と定着のプロセス＝創造の現場を披露された浅葉先生。

ファッションと社会

講師：横森 美奈子（ファッションデザイナー）

ファッションと社会

2012年 5月17日(木)

受講記：正實 一利（システムエンジニア）

ファッションは時代を映す鏡である

幼少の頃から洋服が好きでファッションには多大の興味が
あり、数ある STRAMD の講義で最も楽しみにしていた
のが、横森先生の講義でした。前日の夜は眠れない
くらい久々にワクワクし、高ぶる気持ちで授業を迎え
ました。

冒頭は横森先生の自己紹介。2002年にワールドより
『smartpink』というブランドを立ち上げられました。購
買力のある働く女性をターゲットとした洋服は多いもの
の、ライフスタイルの多様化した女性のニーズにマッチ
した服は本当に存在するのだろうか？と私自身考えてい
た時期がありました。横森先生の「欲しいものの方向性
は若い人と同じ」という感覚、「おしゃれは若い人から」
ではなく、「おしゃれは大人から」という発想に深く感
銘を受けました。

講義は、ファッションの歴史から始まり、ファッション
の本質（価値観の転換・変化）、ファッションの構造（シ
ステム）の変化について横森先生の凄まじくエネルギー

シユなトーンで、またユーモアを交えた面白深い内容で、
2時間という時間があっという間でした。

ファッションと社会についての関わりについては、ここ
数年よく考えていましたが、講義中にハッと気づかされ
たことがありました。「歴史から教訓を引き出す」と言
われるように、現在私たちが着ている、衣服（ファッ
ション）はどこから来ているのか？という、服の歴史に
ついては考えた事がなかった。現代服の祖と言われる
Coco Chanel の軌跡〜カジュアル服・スーツの起源か
ら、「ファッションとは独自に存在するのではなく、そ
の当時の社会や環境、状況とリンクする」ということで
す！！！！

また、印象に残った桑澤洋子先生のフレーズ

～ Form follows function ～（形は機能に従う）

この講義を終え、新たな視点で「ファッションと社会」（特
に私はファッションとデジタル社会）について深く考え
ていきたい。



自己表現・マナー・伝統・歴史など、知的で多様な切り口から「ファッション」をわかりやすい視点で語る横森先生。

エモーショナルビジネス デザイン論

講師：河野 龍太（インサイトリンク 代表）

エモーショナル・ビジネスデザイン論 (1)

2012 年 5 月 10 日 (木)

受講記：岩崎 正寛（WEB 制作会社マネジメント）

（総論）エモーショナル・ビジネスデザインとは何か

ハーレー・ダヴィッドソンのロゴのタトゥーを目にしたことがある人は少なくないだろう。だが、ホンダやヤマハのタトゥーを見たことがある人は、恐らくいないのではないか？それは一体、なぜだろうか？

マーケティング・ブランディングの専門家である河野龍太先生によるエモーショナルビジネスデザイン論。その第 1 回目の講義は、最初から終わりまで刺激的な問いに満ちたものだった。

エモーショナルというキーワードからも分かるように、河野氏の講義は「どう人々の“心”にはたらきかけるか」ということに主眼を置く。これは行動経済学と同様に、人間は不合理な存在であるという前提に立脚している。人間はロボットではない。感情が意思決定に及ぼす影響は多大である。だから、機能的価値だけではなく、感情的（経験）価値を。感情をめぐる戦いがおきている。だが、これこそデザイン思考が得意とする領域ではないか。

ジェットブルー、ヴァージン、スターバックス、フェイスブック、コカ・コーラ、そしてアップル。これらの企業はまさに感情的（経験）価値を提供し続けることによって、混迷の時代でも輝き続けている。有形資産から無形資産へ。パラダイムシフトが超高速で進行していることを実感させてくれるケーススタディだった。

また、河野先生の洗練されたプレゼンテーションそのものからも学ぶところは大きかった。まさに「現場・現物・現況」主義を感じさせるプレゼンテーションは、アカデミックな知に留まることをよしとしない STRAMD ならでは。授業後の質問タイムも熱気冷めやらず、ほとんどの生徒が席を立たない。講義に関する質問のみならず、関連するケースを積極的にシェアする姿もみられた。STRAMD という場をよりよいものにしようとする生徒一人ひとりの意識の高さも、本講座の魅力の一つであろう。

エモーショナル・ビジネスデザイン論 (3)

2012 年 11 月 15 日 (木)

受講記：小田 邦生（化粧品会社マーケティング）

コンセプトをデザインする

「イノベーションは、いい商品が作り出すものではない。」それは、とても、インパクトのある言葉であり、いいものを作っていれば売れるというような時代ではないことを表す言葉なのかもしれない。

そんな時代だからこそ、エモーショナルビジネスデザインの考え方は、メーカーで働く私に勇気を与えてくれた。

- ・居酒屋
- ・焼き肉
- ・温泉
- ・ビール
- ・建設

色々な業種のエモーショナルビジネスデザインの視点から成功事例。

一見バラバラでありながら、共通して、「顧客にとっての価値を創造したコンセプトがある」

ということが明確であり、それを徹底してやり続けていた。

また、価値の創造とは、決して全く新しいものである必要はなく、既存のアイデアの新しい組み合わせでいいのだ。その組み合わせがユニークであり、顧客にとって何を提供するかが明確であることが、重要なだろう。



エモーショナル・ビジネスデザイン論 (4)

2012 年 11 月 22 日 (木)

受講記：古石 卓巳 (メディア関係)

ビジネスモデルをデザインする

経営戦略を持続的な競争優位性を確立するための構造化されたアクションプランと定義するならば、現代は“戦略受難”の時代かもしれない。なぜなら、現代のデジタル&グローバルな環境では、戦略は構造化したとたん模倣されコモディティ化するからである。

ドラッカーは、企業の目的は顧客の創造であり、そのためにはマーケティングとイノベーションが必要であると言う。ならば一層現代は、持続的な競争優位性を築くには「不断」のイノベーション、それもプロダクトを越えたビジネスモデルそのもののイノベーションが問われてくる、大変な時代とも言える。

ではどうするのか？ EBD(エモーショナルビジネスデザイン)論の最終日では、3つの演習を交えながら理解を深めていった。

まず欠かせないのが、顧客視点である。当たり前と思いきや、すぐに演習で面食らった。お題は「顧客視点で自己紹介をせよ」。

- ①私の仕事は〇〇です (会社名や肩書きではない)。
- ②私は△△ができ、あなたに□□の価値を提供できます。
- ③なぜなら、私のユニークな価値は〇〇だからです。相手にとっての価値とは何か？送り手発

想ではなく、受け手(顧客)発想でやると意外に差別化が難しいことに、皆が気付く。

次に、各々自社のビジネスモデルを『ビジネスモデルジェネレーション』に示された「Canvas」に沿って説明を試みる。このCanvasの特徴は、ビジネスモデルを固定化せずパズルのようにはめ込み入れ替え可能な点である。ある部分を変えると他の部分がどう変化するかを、簡単にシミュレートできる優れたフレームワークツールである。

最後に、星野リゾートによるホテル再生の事例に触れ、グループでディスカッション&プレゼンで締めくくった。誰に対して何を提供するのか？徹底して顧客視点でコンセプトを明確化し、Mission Drivenによって模倣困難なほどのオペレーションに徹底的に落とし込むことが、再生の鍵であった。

河野先生による4回のEBD理論講義では、繰り返し「経験価値」「顧客視点」「差別化」「戦略イノベーション」「ユニークな提供価値」などの言葉に触れた。実は、この繰り返しや演習を通じて、STRAMDの講義そのものも我々にユニークな経験価値を提供してくれていることに、改めて気付くことができた。

Thanks for making Emotional !



河野先生の講義は「感情」をキーワードに、次世代のマーケティング戦略を豊富な事例とともに提示。

美的感覚錬成論

講師：金子 英之（アイツアソシエイツ 代表）

美的感覚錬成論(1) 総論

2012年 4月24日(火)

受講記：三嶋 浩太（環境コンサルタント会社経営）

思考：禅の思考法

2つの宿題が、事前に出されていて、1つ目は空間認識的なもの 2つ目は「禅問答」である。どちらも難易度が高く、「類型思考」（日頃の活動範囲の中でパター的な思考）に陥りがちで、そういうものを排することの重要さが実感できる宿題であった。

所感

桑沢らしいデザインの雰囲気を感じる授業であった。本日の講義で印象に残ったのは、難しいことにチャレンジするという意の「撰難」という言葉。誰もがチャレンジしないことにこそ、独自の世界・地位を築けるものであり、これは、誰もが見向きしないような、いわゆるニッチ業界でも成り立つ話だということを想起した。そういう分野で活躍する企業等は、後から参入しようとする企業が頑張っても、なかなか辿り着けない技術やノウハウなど、強いスジを持っているものである。

講義の開始に際して、事前に課題となった「形状のパターン展開」と「禅問答」の2つの宿題は、日常では使わない頭の機能を使うものでした。前者は選択肢から答えを選ぶものの、何とか答えに辿り着く。しかし、答えが分かった時の頭に流れる感覚はすこぶるいい。後者は…、各自の解釈を論文にまとめることがGW中の宿題。「類型思考」の頭にならないように気をつけたい。

美的感覚錬成論(3)

2012年 9月27日(木)

受講記：青木 貴生（食品・経営企画室）

名画を編集する

今回の授業は、事前に受講生に課題の出ていた「名画20選」を使い、人類が築き上げてきた知的資産としての美術作品の選定方法に対し、STRAMD的アプローチ、考え方、発想など、美的感覚の錬成方法についての説

明をいただいた。世界中の作品から20作品を選ぶ際に、客観的思考はあるのか？ 答えの解らないものに対し、STRAMD的方法論でいかに答えを出していくのか？

20作品の選択ポイントは、「主張とコンセプトが入っているか。」「シナリオが組めるか」というものだった。名画を選ぶ時、戦略的判断・知見などを見つけてアプローチをする。判断基準を自分で作る。（例：美術史的視点・皆が知っている作品を当てにいく視点・人類の起源をテーマとした視点など）歴史を見る。歴史を使う。

名画は、知的・美的データベース（示準名画、示準作品）の巣窟。その時代を勝ち抜き、今でも勝ち抜き続けている物。芸術家、画家は、名画からインスパイアされるものがあり、そこから文化を切り開いていったりもする。今、生きる私たちが何を過去の価値に見出すのか。

今回の課題について、私は美術史からのアプローチをし、20作品を選んだ。正直に話せば、これ以外のアプローチの方法は思いつかなかった。先生や、受講生の話された別視点からのアプローチを聞き思わず感心してしまった。過去に学び、知的・美的データベースを積み上げ、今の視点で価値を創造する。今回の課題を通じ無意識ではあったがSTRAMD的アプローチの体験ができた。

美的感覚錬成論(5)

2012年 11月13日(火)

受講記：瀬田 信吾（教育・人材開発コンサルタント）

漢字：東洋の文化的プラットフォーム



文字は世相を映す

金子先生が中国で手に入れられたという褚遂良と顔真卿の書に触れた。黒地の紙面に、白抜き文字が浮かび上がる拓本である。1つの書体が極められると、また新たな軸線で文字の美しさを追究する動きが生まれていくという時代性がよくわかる。続いて中西先生が中国で見つめられた、「甲骨文字」が彫られた牛骨が紹介される。少なくとも私には、畏敬の念を感じる特別な物体ではなく、もっと自然にそこにあってよいモノのように思われた。文字は当時の日常やその背景にある価値観を映し出す鏡であると感じられた。

漢字の紐解きから STRAMD へ

前回、文字（欧文書体）の講義では「自分のスタンダードフォントを決めてください」という言葉で講義が締めくくられた。それは、自分なりにひとつのフォントを使い込むことで、他のフォントとの違いも明らかになり、良い文字組みができるようになるからだという。

そして、今回も「文字を身体に入れる」という言葉が使われた。漢字を紐解くことはその時代の日常、そして人々の価値観を理解することに繋がるということだろうか。講義を終えた今、次のような問いが頭に浮かぶ。

「私たちは今、どのような文字が身体に入っているのだろうか？」

この問いに答えることは、“現代”の日常や価値観を問い直すことになろう。日頃、資料を作成する際にどのフォ

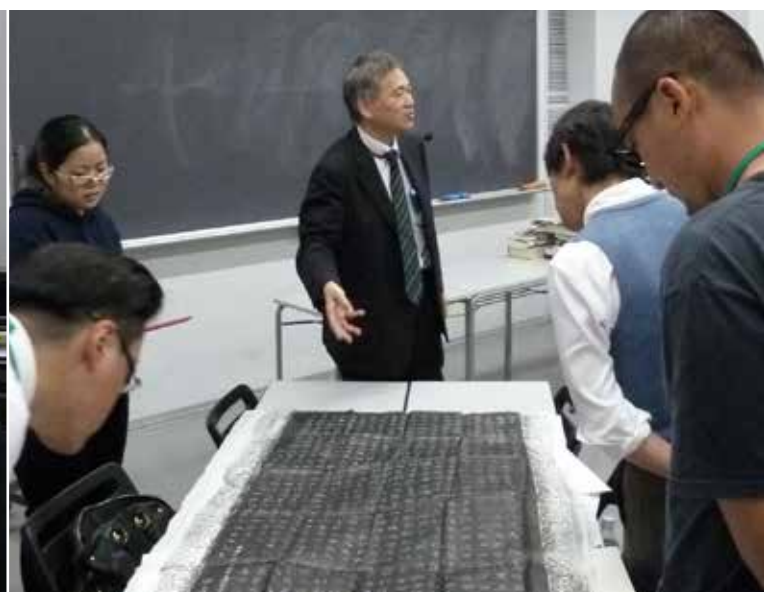
ントを選んでいるのだろうか？そして、それはなぜか？…視認性の高さか？それとも共感性を求めたのか？…デファクト・スタンダードとされるフォントとは？それはなぜか？…どこでどのような媒体を通じて読まれる・見られるのか？…紙面か、ディスプレイ上か？近くで読むのか、遠く見上げられるのか？…あるいはどのような語感の言葉を選択しているのか？そして、それはなぜか？今、我々はどのような価値が尊重される時代で、何に価値を置いたビジネスをデザインしているのかということ。そして、次の問いに繋がる。

「私たちは今、どのような文字を身体に“入れるべき”だろうか？」

この問いに答えることこそが、未来をデザインする、あるいは社会が欲しているが未だ気づいていない何かをデザインすることであり、STRAMDで追求していることなのではないだろうか。

それにしても「美的」「感覚」を「錬成」するのは難しい。講義のつど、「美的とは？」「感覚とは？」「錬成とは？」に頭を悩ませ、自分なりの解釈、そして日常への翻訳のために汗をかくことになる。願わくば、講義を自分の頭の中で熟成させてからブログに起こしたい…。

そして、次回に向けた事前課題も難題…。



思考・比例・名画・漢字・アルファベット・言葉など、日常とデザインの接点を切り口に人文的アプローチからデザインを学ぶ講義。

知財経営論

講師：金 展克（ハートライツ商標意匠事務所 代表）

知財経営論

2012年 7月12日(火)

受講記：藤田 泰生（アパレルブランド・マネジメント）

知財の基礎を身につけ、自らのビジネスに活かす視点

金展克先生による「知財の基礎&紛争の実態」の講義。
「知らないでは、すまされないんです。」ソフトな語りで、結構、ドキッとする話。その説明を聞けば、納得。さも、ありなん。法律の世界は、ある意味、単純明快。紛争の際のシロクロつける明快な基準。無形の財を、いかに守るか。それが、知財6法。金先生は、優しく丁寧に説明してくださいました。では、講義の概要について。

知財とは？知的財産権法と呼ばれるもので、無体物（実体のないもの）についての権利義務体系のこと。

知財には、6つの法律が。

1. 特許法
2. 実用新案
3. 意匠法
4. 商標
5. 著作権
6. 不正競争

そして、この6つの法律について、

- ・ どのような法律であるか。
- ・ なぜ、この法律が存在するのか。
- ・ 法律が適用される要件。
- ・ この法律によってもたらされる権利とは。

等、細かく説明していただいた。また各法律への出願状況から、登録件数に至るまでの過去10年間の具体的なデータや、それぞれの法律の無効審判の件数実態についてもデータで示され、各法律の現状について語られた。

具体的な紛争事例については、大変興味深かった。井上陽水のアルバムのタイトルが、会社名と同じだからということで訴訟されるとは。これは、商標についての誤解された認識による具体的な事例。著作権の事例では、どこからが著作権の範囲にあたるか、という問題も結構判断が難しい。また、著作権では、実用品のデザインも注意が必要。原則として実用品のデザインについては著作物にあたらない。よって、模倣対策を行うには、意匠登録する必要がある。こういうことを、「知らなかった」では済まされないのです…。ビジネスの世界では知財やコンプライアンス関連は避けてはおれない重要事項。講義の区切りごとでの質問タイムに多くの質問が飛び交うのも、みんなが重要かつ大事なものとしてとらえていることの証しだと思う。2時間の講義では、時間が足りない。2～3時間で学びつくせるテーマでないことは明白だが、知財を学び、理解し、活用していく上での、つかみとして最高の時間であった。知財という武器を手に入れ、また新たな知の広がりを感じ取った2時間だった。



知財の基本的知識を明快に解説。「企業防衛」という観点から企業戦略につながってゆく。

サステナブルデザイン論

講師：益田 文和（東京造形大学 教授）

サステナブルデザイン論(2) 2012年 7月3日(火)

受講記：森田 志乃（WEBマーケティング・ディレクター）

社会変革、サステナブルライフスタイルとアジアの可能性

サステナブルとは、自分たちが自然と共生をしながら豊かに暮らせれば良いというものではなく、世界 70 億人の暮らしが成立する方途とその時自分の立脚点をどこに置くかを考える必要があるものであると定義した上で、その方法論について前回の講義では述べられた。

人は、知らず知らずのうちに自分の見える範囲の枠組みの中で考えてしまっている。サステナブルデザインは、その枠を越えて、ライフスタイルや社会全体を捉え直すひとつの視点であると思う。

STRAMD の講義は、単純に新しいアプローチの提案ではなく、短絡的な部分最適しか図られない現状を、長期的でより広い視点で見たときに考えられる形に捉え直すものであることが多い。囚われている枠組みを外して、広く捉えることを可能にする方法論だと言って良いのかも知れない。

さて、本講義を聞いて、どうしても自らの仕事や生活に対して疑問が生じた。現在、消費を善として、経済発展

を目指すような社会の中で、私たちは仕事や生活をしている。サステナブルデザインは、そのような現在の価値観に立脚していないため、現在の生活を否定することになってしまう。

例えば、私は Web の制作会社で働いているが、サステナブルデザインの考え方に基けば、本当に無意味な仕事である。電気エネルギーを大量に使っているし、生きていくことを主眼に置けば付加価値的なものに過ぎず、なくてもよいものになるからである。

生活に対しても同じで、エネルギー効率の悪いシャワーは十分に浴びたいし、遠くから運ばれてきた美味しいものを食べたい。都心の便利な場所に住みたい。贅沢したい。

だが、もしこう言われたらどうだろう。「1 年後に 10 億人しか生きられなくなります、あなたやあなたの家族、友人も含めて生き残れるのは 1/7 の確率です。全員が生き残るためには、サステナブルな社会を築かなければいけません。」

実感が伴えば、考えは変わって必死になって取り組むのだろう。

パラダイムシフトは、一定数の人々と課題を共有し、理解、共感を得て、初めて広がりを見せ、さらに多くの人々へ影響を与えることで、社会変革となりえるほどの転換が生まれるのかもしれない。

今回の講義で紹介されたアジアのサステナブルデザインも、やはりそうした実感が伴った上で生まれたモノのように見受けられた。



できれば認識したくない痛烈な現実がある。毎回「明日からの自分はどうすればいいのか」を深く考えさせられる講義。

ユニバーサル・デザイン 期待学

講師：中川 聡 （東京大学 特任教授）

ユニバーサル・デザイン 2012年 6月28日(木)

受講記：赤松 剛（人材・キャリアコンサルタント）

被災地とユニバーサルデザイン

理論や知識よりも意識の持ち方を学ぶ機会となった。“被災後の復興とユニバーサル・デザイン”を題材に授業は進められた。スライドには、メディアに取り上げられていない実際の現場の姿が次々と映し出される。先生曰く甚大な被害は、今まで多くのモノやコトが予定調和で考えて来たためである。そのため、今回のように予定外の事が起きた時に、お年寄りや子供、障害者など、社会的弱者とみなされている人ほど影響を被る。それは、ある平均的な、理想的な人をモデルケースとするのではなく、本当に必要とするのは誰なのか、ということ突き詰めて考えることが重要になる。

そのためには、

- ・自らが実際に足を運び、考え抜くこと。
 - ・やりとりは一方通行でなく、双方向で行っていくこと。
 - ・一度に解決しようとせず、諦めずに続けていくこと。
- ということが求められる。

ある特定の人のためのものではなく、すべての人が可能

な限り使えることを目指すというユニバーサルデザインのアプローチが活かされる場面は限りなく多い。

期待学

2012年 7月5日(木)

受講記：小田 邦生（化粧品会社マーケティング）

最先端のデザインアプローチ

不安を「期待」という新たな心持に変えていく過程を、デザインの考え方に則して研究開発する試みのことを「期待学」という。期待と不安は、密接な関係にあり、不安は、「感動」と「失望」どちらかに落ち着く。

「期待以上」の感動を与えるか、「期待はずれ」の失望を与えてしまうか。自分の普段の仕事では、「期待以上」と「期待はずれ」の間＝「期待通り」にお客様が落ち着くような提案をしていたかもしれない。リスクを避けお客様が期待通りと思えることがゴールだと思っていた。「感動」と「失望」は、経験値であり、知っていることは期待感が薄く、思う以上の感動は与えられない。改めて自分の仕事での考え方を改めるきっかけとなった。

期待学後半は、共感覚のワークショップ。

- ・香りからイメージするイラストを描く
- ・香水を嗅ぎ、想像するソファەرを作る

一人一人内容は違えど、共通するものを実感できた。新しい方程式が実証されたような(?)今までに無い感覚を覚えていた。まさに期待学は、「期待以上」の授業。



期待学は、ユニバーサルデザインの研究と実践をベースに中川先生が創始した学問分野。その知見を数々のワークショップで体感する。

知の枠組み

講師：半田 智久（お茶の水女子大学 教授）

知の枠組み

2012年 7月19日(木)

受講記：都筑 明子（テクニカルライター／ユニットリーダー）

人間の知性と創造を考える

講義内容とキーワード

● 知性概念の構造

広義の知性：理性、悟性、感性。

想像力（人間知性の本領）、創造性などの関連概念について。

● 創造の階梯（プロセス）

準備 → 苦悩 → あたため → 啓示

ー成長曲線における Plateau。

ーアルキメデスのエピソード -Aha 反応。

ー収斂洞察と拡散洞察、serendipity。

● 創造につながるはじまりの二様相

始源 (origin) ↔ はじまり (beginnings)

記号性、中心化、規範、コード ↔ 脱記号性、脱中心化、脱規範、脱コード

求心的 ↔ 遠心的

タナトス ↔ エロス

Leader ↔ Initiator

※de-sign（サインを壊す）→ 新しい sign → 新たな beginnings

● 人間知性の発端、基盤、革新

二足歩行を始めて手が自由になっても、長い間創意工夫とは無縁だった。

人間知の条件：

● 投擲の開始→空間・時間、二大表象観念の形成→想像する力→プロジェクトのはじまり。

● モノを手放すことがもたらした革新、

release → agent → 自己の分身、延長→外部記憶→記録による記憶の拡張。

● 人間は、頭の外に知を投射（projection）し、外在させた知を媒介にして仲間の知性を触発していく点で他の動物と異なる。

● 人間の知性の特質は頭の中だけでなく外にもある。

感想

穏やかでいて壮大で濃密な2時間。人間の知についてのエッセンスをご説明くださった。その内容を自分なりに上記にまとめてみたが、十分表現できていない点もあるかもしれない。インターネットそして SNS などの普及により projection や外部記憶の対象はヒトが身体的にコントロールできる範囲をどんどん超えている。これから人の知はどのような進化（退化）を遂げるのか考えさせられた。賢者は歴史から学ぶ、de-sign（サインを壊す）、などこれまでの講義とのつながりも多く STRAMD 的デザイン思考を形成するのに必須の内容、前期に学んだ内容を自分の中で捉えなおし後期に向けた素地を整える、絶妙な時期に組まれていると（勝手ながら）納得。



デザインの根源的な部分である「創造性」。それを人間の知性という観点と大胆な仮説から読み説いてゆく講義。

現代の学びの意義と意味

講師：安藤 益代（国際ビジネスコミュニケーション協会）

現代の学びの意義と意味 2012年 7月26日(木)

受講記：大石 純司（ITコンサルタント）

現代社会は一生学び続けることを求めている

どうしよう、今日でもう STRAMD の半分が終わってしまします。この数ヶ月間、学んだことはちゃんと覚えているだろうか、身についているだろうか？ そんなことを感じてしまいそうな前期の最終講義、結論はこうです。「まあ、それ置いときましょうか。」

（注記するまでもないですが、あくまで私の結論で安藤先生が仰ったわけではありません）

本日の講義は「現代学びの意義と意味」、タイミング的にはまさに旬。

私自身 STRAMD へ学びに来ているわけですが、知識を詰め込みに来たわけじゃないし、身についているかどうかは今を含めてこの先、自分がどう思考・行動してゆくのかに拠って醸成の度合いが変わるでしょう。

学ぶということに対する、今そしてこれからについて再発見できたことに非常に心強さを感じました。

グローバル化によるプレイヤーの増加、情報化によるスピードの加速、それにもかかわらず増えることが期待で

きない資源、不可逆な流れの中で、必然的にその状況へ適応することが求められる現実。今十分なモノがあるからと言って明日もそこに同じものがあるとは限らず、変化し続ける社会の中で、じっと同じ場所に立ち続けることはできそうにありません。

それゆえに学び続けなければならない現代。

ただし学び方はすでに今まであなたが信じてきた方法だけでは不十分。こちらも進化しているのですね。

スマートフォンを自分に合わせてカスタマイズするように、学び方もカスタマイズしましょう。

学ぶ動機は6種類。何を学ぶかによって、また学ぶ人によっても動機付けは様々。

ただし、最終的には自分で選ばなければなりません。仕事においてはそれが最終的なキャリアに影響することも。自分の思考や知性（現在は8つ）の傾向を知りましょう。そして最も自分に合った知性を活用した学び方を実践しましょう。

生き残りたければ、学び続けなければならない。

たとえば自発的な動機付けがないのに、やらなきゃならないことがあるとして、どうせやるなら楽しみましょう。

STRAMD は楽しいか？

とても、刺激的です！そして、あなた次第です。



「現代の学び」を様々な観点から支援する安藤先生。「なぜ学ぶのか」を独自の視点から考える講義。

社会性企業

講師：佐藤 修（コンセプト・デザイナー）

社会性企業

2012年 10月18日(木)

受講記：赤松 剛（人材・キャリアコンサルタント）

何のために働くのか

「あなたは何のために働いていますか？」

そう質問されたとき、皆さんはなんと答えるでしょうか？自分のため？家族のため？会社のため？お金のため？人それぞれあると思いますが、即答できる人もいれば、考え込んでしまう人もいるかもしれません。では、企業（組織）に対して同じような質問をしたらどうでしょうか。

「何のために存在していますか？」

「存在意義と実際の行動は一致していますか？」

多くの企業が思うような業績をあげられていない昨今、根源的な問いへの重要性が高まっています。

今回の講義は、根本的な問いを通じて未来へのヒントを与えてます。タイトルは「社会性企業」。なじみのない言葉ですが、最近多く耳にする「ソーシャルビジネス」とほぼ同義と捉えて良いでしょう。

講義は次のテーマに沿って進められました。

- ・社会性企業とは何か
- ・時代背景
- ・ソーシャルアントレプレナー（とは）
- ・社会の変化に応じた企業モデル
- ・新しい社会起業家へのすすめ

本講義では「こうすれば成功する」といった決まった解答が提示されることはありません。「成功」とは何か、その定義することの大切さの気付きは与えてくれます。

なお、今回の講師の佐藤先生はコミュニティサロンを主宰されています。それだけあって講義でも都度、我々に問いかけが入ります。それも、「なぜ？」と深く心の奥底に届くようなかたちで。本講義の醍醐味は、問いに対し自分の頭で考えることにあると言えるでしょう。

また、全ては「何のために働くのか」、という問いに結ばれていく。その際、お金（マネー）との向き合い方が重要なテーマとなってきます。ビジネスとマネーとの関係です。特に現在の日本はかつてのような右肩あがりの経済成長が見込めない中で、どういう豊かさを求めているのか問われています。だからこそ、個人も企業も、経済的（金銭的）ではない価値軸を真剣に考え、行動していくことが重要になってきます。「働くこと」＝「(自分の) ビジネス」と捉えることが大切であり、そして、「働くこと」は「生きること」に繋がっていきます。

自らがどう生きたいか、それを考え抜くための補助線のような講義、とても刺激のある一日となりました。



「あなた自身はどう思うのか」と、企業と私たちの生き方や在り方を直裁に問う。それを「自己の問題」とせよと説く佐藤先生。

WEB社会論

講師：中川 直樹

(日本 Webソリューションデザイン協会 会長)

WEB 社会論

2012年 10月25日(木)

受講記：可兒 佐和子 (国際特許事務所・弁理士)

疾走する進化：WEB の今と未来を考える

先生徒授業

STRAMD では生徒と先生の関係が時に入れ替わる。今回の中川先生は、STRAMD 第1期生。

WEB から社会全体をデザイン話。私はタブレットはおろかスマホすら持っていない人間。今この STRAMD で数多の発見と知見を得ながら、まだそれらを整理・消化・会得しきれていない、うう、やばいと感じている。今回の授業はサイズと色彩を把握しきれないコンテンツの塊に猛スピードで惹きつけられていくようなものだった。中川先生は、冒頭で「内容を記録したり覚えたりする以上に、これを自分に置き換えて考えるための『視座』として活用してほしい」と強調されていた。さすが先輩。今がそんな「今」であることを改めて感じた。この数ヶ月間ほど、「視座」という言葉を意識してきたこともない。

講義概要

1. インターネットとは？
2. WEB をとりまく環境の変化

3. UX (ユーザー・エクスペリエンス) の解釈

4. これからの WEB (デザイン)

WEB の誕生・進化・未来、導かれる本質、そしてそこに絡むデザインの在り様を一気に追いかける2時間強だった。

私が WEB にふれ始めたのは 1999 年頃だが、今の WEB のかたちは 13 年前からかけ離れていると言っていい。これから 13 年後の 2025 年、中川先生が見せて下さったムービーのような世界が表現するユビキタス・ワールドが、当然のように成立していても不思議ではない。ただ、これほどシームレスな環境が実現できるかどうかは知財制度がよくも悪くも影響しそうであり、個人的には一つのテーマになるかもしれない。

さておき、中川先生が仰るように、WEB の存在が生活者にとってシームレスなものになればなるほど、デザインは根本の仕組みづくりや制度づくりのレベルにまで落とし込まれ、更なる広がり「見えない化」をすすめていくのだろう。中川先生の会社の正面玄関に大きく表されている“Great Design is Invisible.” とはつまりこれか、と合点がいった。デザインって、シンプルでもあり限らない深さと広がりをもつものでもあり、本当に融通無碍だ。個人的に面白く思うのは、このような最先端のお話の大半が手書きのスライドで展開するということだ。さすがに紙は使わないのだなあなどと思いつつ、WEB ないしデザインとはあくまで人と人を上手につなぐためのものであることを教えて下さっているように感じた。



膨大な情報がアップテンポで繰り出される。インターネット社会の行く末を最も敏感に察知するための講義。

デジタルマーケティング

講師：石黒 不二代（ネットイヤーグループ 代表）

デジタルマーケティング 2012年 11月1日(木)

受講記：正實 一利（システムエンジニア）

ビッグデータを経営に生かす

職業上、大量データを利用したデータウェアハウスの構築部分に長年携わってきたことで、データの重要性は大いに理解しています。各企業が取得し始めている、大量データ（いわゆるビッグデータ）をどうマーケティング活動に活用しているか？（ビッグデータを扱うツールはデータをどう蓄積するのか？とか蓄積したデータをどうやって分析するのか？とか既存データベースのとの連携によるデータ統合・整備をどうするのか？という技術的課題に終始する。）また、小売リビジネスにおける、「デジタル」と「リアル」店舗における相互補完の関係性に興味があったので、今回の講義は大変楽しみにしていた。今回の講義は「経営における情報プラットフォームの不可欠性」と「ビッグデータ」について。

デジタルプラットフォームとは自社ホームページ、EC、CRM などのお客様接点に加え、Twitter、facebook などのソーシャルメディアを融合させて、コミュニケーションを図れる仕組みのことである。このプラットフォー

ム、お客様との接点作りで重要なのは、「データ」である。インターネットが普及する前は大きな生産能力をもつメーカーがコミュニケーションの中心でもあり、マーケティングの重要性は消費者にリーチすることであった。しかし、今、消費者自身がブログやソーシャルメディアを通じて情報発信を行い、消費者同士が繋がっている。そのため消費者に情報をリーチすることが難しくなった。しかし、ビッグデータとなった今、ソーシャルメディアを使用して「購買前のデータ（どの商品にどれくらい関心があるのか？という）」や「文脈（私はこの商品が好き…）」が取得できるようになった。このことにより、お客様だけではなく、「お客様となっていただけの人」ともコミュニケーションを取れるようになってきている。

しかし、私の経験からしても、日本の多くの企業は取得した貴重な「データ」を生かしきれていないと思う。単純にマーケティングツールを使えないケースも多々見受けられるが、データを使って何に使用したらいいのかも分からない状況なため、取得するデータも意味がないものも含まれ、膨大なデータの海に溺れてしまっている。まずは、そのデータの活用性を明確にすることが重要だと思われる。

最後に、この蓄積したビッグデータの「デジタル」とリアル店舗のアナログデータを組み合わせて、私たちが「ワクワク」させてくれるようなショッピング体験が行われる、近未来のリアル店舗を楽しみにしている。



経営資源としての「情報」をいかにビジネスに結びつけてゆくか、毎年エッジの利いたトピックスが紹介され、時代の最先端に触れる講義。

ソーシャルメディア

講師：神原 弥奈子（ニューズ・ツー・ユー 代表）

ソーシャルメディア 2012年 12月11日(火)

受講記：森田 志乃（WEBマーケティング・ディレクター）

ソーシャルメディアの近未来

前半はインターネット・ソーシャルネットワークの歴史をインフォグラフィックを利用してわかりやすく解説いただき、後半はなりすましとステルス・マーケティングについてお話しいただいた。

情報の信頼性について

WEB上での情報は、半分信じて半分疑うくらいの感覚が私にはあるが、今回の講義を通じて、そうではなくてそのまま信じている方が多いということに気づいた。なりすましやステマは当たり前だと思っていたので、皆さんなんて人がいいんだ！と率直に感じるが、今まで新聞やテレビといったメディアからの情報は非常に信頼性が高かったために同じ感覚でWEBについても捉えられている方が多いようだ。

発言に責任が伴うのは、誰が発言者が明確になっている場合だと考える。

正確には、匿名であるが故に気軽にまたは故意に嘘の

発言をしてしまうことがありえる、ということなのだと思う。

facebookの登場により、実名での発信も当たり前になってはいるが、まだTwitterやmixiなどの匿名性の高いメディアを利用しているために、まったく真実ではない情報も垂れ流されているし、独り言感覚での発言で責任も考えず発信している人もいる。また簡単に共有できる仕組みがあるがために、あっという間に情報が広まってしまふ。いいと思ったらLike!、共感したらshare!といった、考える前にまず行動といった仕組みは、広まる早さという面でメリットはあるが、信頼性という面ではデメリットであるように思う。

こういったソーシャルメディアの流れの中で、神原さんのおっしゃった一次情報という言葉は、責任を伴った信頼できる情報ということではないだろうか。WEBというメディアの中であっても情報の信頼性が必要とされる文脈もある。企業や国、地方自治体など、確実に情報を発信し正確に伝えたいというニーズもあるだろう。逆に一次情報を取得したいといったニーズもあるだろう。

だから、情報の信頼性を保つために一次情報を扱ったり、信頼できる情報であるというお墨付きをもらうサービスが成り立つというのは納得できた。



急速な発展を遂げてつつあるソーシャルメディアは、どこへゆくのか？まさに1年ごとに様変わりする業界地図を明解に解説。

課題演習

講師：中西 元男／河野 龍太／金子 英之

課題演習 1 セルフプレゼンテーション

< 3分で自分を伝えよう >

2012 年 4 月 17 日 (火)

受講記：厚主 壮太 (WEB 制作ディレクター)

自分自身をデザインせよ

いよいよはじまりました！ STRAMD 第 3 期！！

入学式、オリエンテーション、健康診断と集まる機会がありましたが、実質皆が会して話をするのは今日が初めて！まだ見知らぬ者同士、よそよそしくもあり、互いに興味もあり…ということで、本日は講義ではなく自己紹介プレゼンテーション大会でした。持ち時間 3 分で『相手に一回で伝わる自己紹介』をすべし！

河野先生の司会とチンチン鳴り響く金子先生のベルに追われながら、みんな真剣に自分をプレゼンしていきます。資料を用意して盛りだくさんの情報を伝えてくれる方、最低限の情報で謎めいたイメージの方、絵を描いていた方…。プレゼンのツールや語り口、自己紹介ひとつとっても職業・専門・年齢・経歴と同じく、みんな多種多様なこと！

そんな和やかなあつという間の 2 時間、ずーっと感じていたのは皆さんのパーソナリティもさることながら、それぞれに込められた STRAMD 受講への想い、その真剣さや視野の多様さ、課題意識などなど…改めて自分自身の視点が拡がり、この仲間とこれから一年間共に学べるのだとワクワク震えてくるような気さえしました。いや、マジで！

その後に行われた懇親会では駆けつけてくださった 1 期生・2 期生の先輩とも挨拶をさせていただいたり、3 分で伝えきれなかったアピールをお互いにしたりと、更なる熱気あふれた交流の輪が広がっていたように思います。素敵な信頼関係で結ばれている 1 期生・2 期生の方々を見ていても、中西先生の仰る STRAMD の魅力のひとつ「この場でなければ出会えなかった人と出会い、仲間になることができるスバラしさ」に、身を浸すことができるのだなあと、あふれる名刺の山を眺めつつ、これから

始まる STRAMD の講義や仲間との交流を想像してワクワクがとまりません！ Can't Stop WAKUWAKU！

3 期生の皆さん、1 期生・2 期生の方々、先生方、事務局の皆様。一年間、よろしくお願いします！！

いやー、楽しみだぞ！ STRAMD ！



各人各様のセルフプレゼンテーション

課題演習 2 前期チーム研究プレゼン大会

課題「提案：現代版 日本人の常識」

2012 年 9 月 18 日 (木)

受講記：正寶 一利 (システムエンジニア)

A チーム：「美の道」

「現代版：日本人の常識」課題についての取り組み
中西先生の「最近の日本人は劣等民族化しているのではないか」というお話をもとに、常識について考えていった。
情報収集 (各人) → 分析・整合 (ミーティング) → 仮説 → アウトプット

というプロセスを経て、「美しい^{どう}道の国・日本」という提案を行った。その経緯は、「失われた日本の常識」というテーマをもとに各人が情報収集してきたことから、日本人の優れたところは世界では類を見ない「高度な精神性」を持っている事が見えてきました。

どのようにして、日本の常識を取り戻すかということを考えていった結果、「美しい道」：様々な道 (武道、茶道、華道…等) をパッケージングし、教育プログラムを海外へ広め、日本へ逆輸入することだと位置づけました。

その理由として、日本人は自国の素晴らしさには疎いのですが、海外からの評価を気にします。海外で評価されたものは、逆輸入すると国内で何が評価されたのかに関心を集めるという心理を利用しないわけにはいきません。そこで、海外の人々の興味をそそり、魅力的なのは、日本

の伝統文化に裏付けされた、「^{どう}道」という結論にいきつきました。

振り返り

「多人数の討論は難しい」と感じました。アイデアは一人で考えるより、複数で考えた方がよいものが生まれます。Facebookを利用すれば、リアルタイムでディスカッションできますし、STRAMDという特性を生かせればなおさらいいアイデアが生まれるはずなのですが…

STRAMDの学生は性別・年齢・職種が様々です。課題に対して各専門分野の側面から色々な光を当てることができはるはず。私自身、私のバックグラウンドをうまく活かせず、新しい考え・意見を生み出せていけなかったのではないか？と反省しています。

合意してしまえば、そこで議論は止まってしまう。とりあえず、「違うんじゃないか？」と言ってみて、皆さんが深く考えることができるのでは？と思えてきます。そのためには、中西先生が言われる「自分自身をデザインする」（＝自分改革？）が重要になってきます。「変わらないといけない」ということを考え、「どのように変わるか」を考え、「どうしたら変わるか」を考えぬき、後期の課題でうまく活かせたらと思います。また、今回は「過去の日本」に「とらわれすぎ」していたのではないかと痛感しています。「とらわれない」視点で考えていくと今までとは違う発想ができるかも？

受講記：畑中 朋継（製薬会社・企画マネジメント）

Bチーム：「目標識」

「もう二度とやりたくない！だけどやって良かった」前期課題発表直後に浮かんだ想いだ。メンバー全員が仕事でも多忙を極める中、どうにかこうにか時間を作っては集まり、議論して一步一步提案に向けて詰めていく。本当に大変だった…というのが率直な感想だ。STRAMDは、本当に容赦ない。

Bチームが達した結論は、常識は1つに決める事はできない、常に変わっていくもの。議論の中で仮説につながるキーワードを拾ってつなげた『世代や地域を超えて、自ずと相手を思いやり、社会が快適になるための前提となるような共通意識を形成すること』という仮説は、チーム全員で共有できた。進む時もあれば止まった時もあるが、それでもステップを踏んでいると感ぜられる経験であった。チームでのPAOS訪問と中西先生のお話も胸に

響いた。

何か1つの具体的な常識を取り出して進めてもよかったのかもしれないが、それでは日本人の総意にはならないのではないか。チームで議論しても纏まらないのに強引に決めて進めても良いのか。当初は常識をひたすら深く掘り下げていき、完全にはまってしまった。それでも仮説につながる「目標識」という概念は、全員で必死に考えてまとめることができた。過去の授業も本当に役立ったし、チームで議論して英知を結集することがこれほど重要だということも改めて実感した。

具体的な提案になっていないと指摘されれば、甘んじて受け入れよう。しかし、これからの常識の本質やここから見いだされる価値観は、日本人の個々に委ねられていることだけは強く主張したい。日本人が意識して共通認識を形成しようとすれば、それが社会の快適性に繋がるはずである。そういう社会を育むことこそ優先すべき課題と考え、ゆるやかに社会でのコンセンサスを取得していくこと、これからの日本のあるべき姿をビジョンとして持つ事が重要なのではないだろうか。

これだけ議論しても常識は壮大なテーマで、他チームのプレゼンを聞いてなるほどと思う部分もあったということは、まだ議論し尽くしていないと言えるのであろうか。一方で、提案を具体的にビジネスにどう繋げていくかという視点はすっかり抜け落ちていた事は猛省しなければならない。短絡的に理想ばかりを見続けても、ビジネスには繋がらないからだ。

受講記：赤松 剛（人材・キャリアコンサルタント）

Cチーム：「事なかれOK」

最初にこのテーマを聞いた時、抽象度の高さに正直面食らった。またチームメンバーそれぞれの仕事の多忙さも加わり、まともな議論すら出来ず時間だけが過ぎていく中で感じた焦りも、今は懐かしい。

さて、我々Cチームでは、「現代の批判的・否定的に思われている事象を肯定的・楽観的に捉え直し、新たな解釈を与える」という観点での発表となった。

他のチームがどんな内容で来るかを踏まえ、我々は毛色の違う内容にするというこだわりを貫き通せたことに満足している。（最終的な順位は恐ろしくて聞いていないが。）伝えたかったメッセージ、相手を想う積極的な小さな関与を行うことに関しても共感も得られたようで

もある。惜しまれるのは、キーフレーズが決まったのが発表日の1週間前という影響もあり、最終的なまとめまでと細部を詰め切れなかったことだ。案の定、総評でも未来へ繋がるための戦略・道筋・具体的なアウトプットが示せなかったとの指摘を受けた。STRAMDでの取り組みである以上、いかに出されたテーマの抽象度が高くても、ビジネスの観点に重心を置くべきであった。ゴールラインをどう設定しコンセンサスをとるか、そこが大きな分岐点になると思われる。

ともあれ、最終的にプレゼンまで漕ぎ着けたのは、メンバー個々の力量に寄る処が大きい。特に最後の1週間の追い込みは素晴らしかった。他人からも学びを得ながら発展的な答えを導く一連のプロセスを体験し、一人で考えていただけでは想像もつかない結論にたどり着けたことは、とても良い刺激になった。

また今回、課題に取り組むにあたり、プロジェクトマネジメントのセオリーは取って無視したこともあり、良い反例と学びを得ることができた。この点に関しても今後の仕事でも活かされると思う。

最後に、このタイミングで日本人らしさや常識など、普段の生活や仕事でも考える機会が無かったことに真剣に取り組めた事は、今後のキャリアにおいて大変重要な意味を持つと考えている。引き続き、問い続けていきたい。

受講記：吉田 恒（システム開発会社経営）

D チーム：「サムライスピリッツ」

本日の講義は前期のグループワークの課題を発表するプレゼンテーション大会である。受講生が5つのグループに分かれ、それぞれのグループの成果を発表する。

各グループの成果発表

「現代版：日本人の常識を提案する」という裾野の広い課題に対し、各グループ、前期の講義で得たものを駆使しつつ、実に様々な方法で情報収集や分析を行っており、成果の内容も大変に意義深い、有意義なものが提案できていたように思う。これらは STRAMD の講義を受けてこそ、また、同期生が各分野の一線で活躍しているプレーヤーであるからこそである。また、プレゼンの構成やスピーチなど、見せ方の部分でも様々な工夫がなされており、自分自身大変勉強となった。

情報量の多い内容をうまく提案するには、、、

プレゼン大会の総評として、中西先生から「情報量の多

い内容を、より上手に提案する方法があるのでは」というご指摘を頂いた。大阪大会では成果を一冊の本に纏めて提案を行ったグループがあるとのこと。見る側に驚きを与える秀逸な方法である。

自身のグループワークを振り返って

グループワークは社会人となって初めての経験であった。約一ヶ月半にわたり各自多忙ななか、効率的に進捗が図れたのは、グループワークを進めるにあたっての枠組み、工程表が上手に作れていたからに他ならない。やはりどのような場合でも「見える化」が必要であることを再認識できた。

私自身、仕事では「合議して結論を導く」ことが多くなく、議論を「収束」させていくことの難しさを痛感した。これら、自身の動き方についてメンバーには迷惑をお掛けしてしまった。反省点も多い部分である。

グループワークから得たものも沢山ある。自身のグループが提案した「取り敢えずを言うべからず」は早速実践しており、仕事でも大いに役立っている。講義の中での、1期生の方の総評に「ビジネスモデルへの落とし込みができていない」とのご指摘があった。ただ一方で、各グループの発表から、実践すれば 仕事に寄与するであろう数々の「日本人の常識」に気付かされた。これらを自身の行動・ビジネスに大いに活かしていきたい。



上：プレゼン大会（2012年9月18日）

下：ディスカッション（2012年9月20日）

課題演習は「プレゼン大会」と「全体ディスカッション」の2段階に分けて行われる。

前期の発表を終えてチームは解散、後期は新たにチームが編成され、再び熱いグループワークが繰り広げられる。

＜第4回＞ STRAMD 公開シンポジウム

テーマ：企業経営をデザイン思考する

「企業経営のデザイン思考」と「次世代型実務家育成」

2013年1月26日（土）
東京ミッドタウン カンファレンスルーム7

第1部 STRAMD 3年間の意義とこれから 内田 繁／中西 元男

教える側・学ぶ側、双方の観点から STRAMD 教育の独自性と実益性を振り返るトークセッション。

STRAMD 受講生・OB たちも主体的に参加し、STRAMD 独特の「先生徒」対話が再現された。



第2部 教育変革と人育ちのこれから 谷口 正和／朝日 透／松浦 尚子／中西 元男

次世代人材を生み出す動機と仕組みとは？ 自分自身を自主・自立・自前・自力でデザインしていく方法とは？
自らが時代の先端に立つ行動派の経験者・実力者に聞いた。



シンポジウムの記録

＜第1回＞ STRAMD 開講記念シンポジウム

2009年12月1日（火）

テーマ：企業経営をデザイン思考する
Design Thinking & Methodology

登壇者 内田 繁／中西 元男／紺野 登

＜第2回＞開講1周年記念シンポジウム

2011年1月29日（土）

テーマ：企業経営をデザイン思考する
〈STRAMD〉戦略人材育成講座「果たしてその成果は」

第1部：「受講生代表の思いと提言」

登壇者：受講生代表

第2部：第二期へ向けて

〈ニュービジネススクール STRAMD の方向性が見えてきた〉
「次世代経営デザイン戦略とは」

登壇者 内田 繁／中西 元男／紺野 登

＜第3回＞ STRAMD 公開シンポジウム

2012年1月14日（土）

テーマ：企業経営をデザイン思考する
戦略人材育成講座 〈STRAMD〉3
益々重要性を増す経営テーマ「企業経営のデザイン思考」

第1部：デザインが、展（ひろ）がる、進む

登壇者 内田 繁／中西 元男／紺野 登／佐藤 竜平

第2部：「何を求め、何を学び、どう変わったのか」

登壇者 受講生代表

第3部：今、STRAMD の必然性と可能性を語る

登壇者 安藤 益代／更田 誠／中西 元男

*記録映像（2010年から2013年）の視聴方法は p.56 を参照

STRAMD 天津エコシティ 視察ツアー

STRAMD 特別企画 中国最先端都市づくり視察

やがて GDP で上海を越えると言われている天津市、その開発の中心をなす「天津エコシティ」を訪問視察した。

1期生・2期生・3期生の有志が参加し、沸騰するアジアをリアルに体感。王超鷹先生（PAOS上海代表）によるライブ感に満ちた現代中国の紹介と解説に心躍らせ、日本からでは見えない中国の現実をふまえた知見を得て、20年先の未来は？そのとき日本は？を考える旅となった。

北京にて、中国第一線で活躍中の企業家・経営コンサルタント、芸術家との感動的な交流も図られた。



ツアー概要 2012年5月25日（金）～27日（日）

- 1日目：（天津）世界最大の即席麺メーカー「康師傅」企業博物館を見学（副社長のご案内）
- 2日目：（天津）天津新開発区スマートシティ（現地担当者のご案内と王超鷹先生による解説）、天津旧市街、五番町・イタリア租界などの外国人居留区の街並や歴史地区を見学
- 3日目：（北京）天壇公園、北京宋庄芸術村にてトップアーティスト劉永剛氏のアトリエを訪問

ネットワーク型 STRAMD 人材育成教育

京都



サテライト講義（2011年度）

- ・（財）京都高度技術研究所の企画により、「戦略経営デザイン論」（講師：中西元男）を通年で中継放映。この成果をもって2012年の大阪サテライト講座が開講。
- ・公開講座では「STRAMD入門」と題した講演が大いに共感を得た。（講師：中西元男）（2011年8月27日）

特別演習（2012年度）

「エモーショナルビジネスデザイン論」（講師：河野龍太）と「美的感覚錬成論」（講師：金子英之）による、ジョイントワークショップを実施。

（2012年7月7日・2012年8月4日）

大阪



サテライト講義（2012年度）

- ・阪神電気鉄道(株)の文化事業として、「戦略経営デザイン論」（講師：中西元男）が、全14回ライブ中継され、大阪のSTRAMD生が受講。出張講義とチーム研究発表会も行われた。

（2012年4月19日～2013年2月5日）

- ・公開講座ではSTRAMD講義のダイジェストを紹介。満席の大盛況となった。（2012年4月6日／2012年10月5日）

札幌



特別講義（2012年度）

札幌市の若手経営者の会による招聘で、2日に及ぶ特別講演会が開催された。（推進役はSTRAMD第1期生の村上憲一氏）

講義は大きな反響を呼び、札幌での中継サテライト講座の実施を望む声が多数あがった。2013年には札幌サテライト講座を開講の予定。

（2012年2月25/26日）

「3年間の成果：触発と自己変革」 2010年—2012年度のブログより抄録

STRAMDは、「触発」を重視する。3年間でまとめるにあたって、プログラム運営者と受講生との間に生まれた「触発と自己の変革」に触れた記述を集成した。あわせて、講義内で語られたSTRAMD独自のキーワードを抽出した。（編集：金子英之）



2010 年版

2011 年版

2012 年版

2013©STRAMD in KUWASAWA

【再びの学び】

期待と夢を膨らませて学校へ通う。四十才にしてもう一度学べる。なんて素晴らしい事なのだ。社会経験を経て勉強する事の強みは、学ぶ事全てを今までの社会経験と照らして考える事ができ、今後の自分の稼業、生活、成長に結びつけて素直に欲識探求できるところにある。

2010 年版 P.9（記：中川 直樹／戦略経営デザイン論 中西 元男先生）

学生を卒業して約二十年。毎週二回も講義なんて、途中で寝ちゃったり、行くのが億劫になったらどうしよう…。などという心配は全くで無用だったことに初回講義で気がついた。一秒たりとも集中力は途切れることなく、気がつくとも今日も講義終了…。おもしろい、おもしろすぎるぞ STRAMD！！

2 回目となる知識経営論。今回もまた紺野先生から、「みなさんはもちろんご存知かと思いますが…」と当たり前のように繰り返される、私の全く知らない人名や書籍の数々。もちろん知ってるぜ！というオーラを背中に漂わせつつも冷や汗は隠せない。

2011 年版 P.22（記：水野 可奈子／知識経営論 紺野 登先生）

【転換期】

日本企業の現在の衰退は、皮肉にも、日本の高度経済成長を支えてきた「モノづくり」への拘りが一つの原因と考えられる。「知識デザイン企業」は、人間や社会と向き合い、世の中の Gap を見極め、人間を中心にコト（経験）の創造にモノ（技術）を埋め込む、顧客視点のアプローチ

を取ってきた。工業社会から、知識社会へと変化する中で、「モノづくり」から、「コトづくり」へと日本企業変革の必要性を改めて実感する一日となった。

2010 年版 P.7（記：岸 昌史／知識経営論 紺野 登先生）

今世紀に入って、グローバリゼーションの進展、経済・産業構造の変化、消費構造の変化、経済変動の拡大等、企業を巡る経営環境は激変し、従来の企業の戦略が役に立たなくなっているケースも増えてきている。このような中、「戦略経営デザイン論」等を活用し、どのように新しい企業価値を構築していくかが大きな課題であろう。この「複合的」なテーマに沿って「欲識」を深めて行きたい。

2010 年版 P.10（記：藤咲 友宏／戦略経営デザイン論 中西 元男先生）

わたしが今回の講義の中で一番印象に残り、感銘したのはこのイニシエーターの考え方でした。

講義後の質疑応答の際に、日本人らしさは何かと質問したのですが、答えは、「日本人はリーダーではなくイニシエーターだ。」というものでした。

2010 年版 P.23（記：野田 泰平／創造と知性 半田 智久先生）

【企業と文化戦略】

冒頭から「経済は文化の下僕(しもべ)なのだ」と言い切る。経済活動は目的ではなく手段だ。目的とは、次世代が幸せになることなのだ、と。

2010 年版 P.26（記：田辺 千晶／企業経営とアート 福武 總一郎氏）

今回の講義は前期の締めくくりとしては最高の講義であった。今までの学びが集約されていくのがわかる。個人的な後期の課題と目標として、文化の取り扱い方の具体化、【文化というプラットフォーム】を STRAMD のデザイン思考で創造したいと考えている。

2010 年版 P.29（記：野田 泰平／土曜特別講義 北山 孝雄先生）

金子先生曰く、名画には「ものがたり」がある。名画とは「美的知的データベース」であり、時代を勝ち抜いてきた「時代のチャンピオン」である。そして「芸術家は名画からインスパイアされ」「名画は時代を、クリエイターを、触発し続ける」のだと。

2011 年版 P.9（記：田辺 千晶／美的感覚錬成論 金子 英之先生）

最初に2代目会長の李健熙（イ・ゴンヒ）氏の言葉、「単純に製品を売る時代を超え、企業の哲学と文化を売らなければならない時代になった」という、1996年のデザイン革命の年の宣言がありました。これは、いつも授業のなかで、中西先生が訴え続けられていることで、この重要性に気づき、会社としての方向転換を計ったことが、現在のサムスの成功につながっていることがわかりました。

2011年版 P.11（記：桑原 朋子／公開講義 サムスン吉田 道夫先生）

【企業と社会】

今日の講義は、僕にとって切実な授業でした。なぜなら、「企業や社会の変化」と「自己の変容」はつながっているという内容でもあったからです。

2011年版 P.17（記：奇二 正彦／戦略経営デザイン論 中西 元男先生）

“デザインを世に送り出す（最終決定する）のはデザイナーではなく経営者である。”それがもう一度デザインを経営の目から勉強したいと思ったきっかけである。

2011年版 P.28（記：小川名 珠梨／日本文化論 内田 繁先生）

市場のメカニズム＋社会のメカニズムの両立。これが昨今の私の大きなテーマだ…STRAMDに来てから、複数の先生方の講義を受講しつつも、なにか共通項のようなものが見えてきて、そこを脳がつなげていこうとする感覚がたまらなく快感である。講義の中では松屋銀座の事例が挙げられていた。

2011年版ブログ（記：水野 可奈子／戦略経営デザイン論 中西 元男先生）

【企業と経営革新】

欧米思考は、要素還元主義である。物事を要素に分けてロジカルに考えていく傾向がある。例えばある山を表すのにAの木の割合が30%でBの木の割合が10%…などとする考え方。それに比べ東洋思考では、関係性主義であり、山は木の連なりとして全体を一括りに捉える。この辺の考え方の中に、我々日本人としての強みが生まれる経営があるように思います。

2011年版 P.19（記：尾崎 勝悟／戦略経営デザイン論 中西 元男先生）

パラダイムシフトは、一定数の人々と課題を共有し、理解、共感を得て、初めて広がりを見せ、さらに多くの人々へ影響を与えることで、社会変革となりえるほどの転換が生まれるのかもしれない。

2012年版 P.25（記：森田 志乃／サステナブルデザイン論 益田 文和先生）

【知的美的経営】

個人的に感銘を受けたのが「真っ黒なタイヤを作る企業のイメージを、美的・文化的に変えた」というところです。現在、私は自動車会社でエンジニアをやっており、日々の業務に追われて、つい単なる機能や耐久性レベルのこ

としか考えられず、美的なイメージや感覚でわかる楽しさ、快適さまで考えがいかずに悩んだりしています…

2011年版 P.20（記：中村 尚史／戦略経営デザイン論 中西 元男先生）

デザインが導く「知的美的経営」KENWOODの事例を伺い、ここまで企業経営を変えていくことが出来るデザインの力を改めて認識、デザインが持つ未知なる可能性を実感した時間でもあった。

2010年版 P.11（記：大河原 英治／戦略経営デザイン論 中西 元男先生）

【デザイン思考】

私がSTRAMDで学んでいる理由は、企業経営が「座して待つ学問」ではなく、もっと身近で、活き活きとした動的な発想から生まれると信じているからだ。それがデザイン思考だと、私は思う。続きは“STRAMD”で！

2010年版 P.6（記：畑 俊一郎／知識経営論 紺野 登先生）

右脳と左脳のハイブリッド化がすぐできるというわけではなく、一度頭の中を「真に何も無い、空っぽな状態」にして講義を受けることにしました。そうすると、「なるほど！うまいこというな！知らなかった。そういうことだったのか！」と驚き・納得・感動ばかりです。次の日の朝にはリセットされ、仕事を開始すると先日聞いた講義内容がじわじわ思いだされ、「あっこういうことだったんだ！」と本質理解に至ることが連続して起こります。日常はいつも価格や技術や品質問題にばかりに追われる毎日ですが、ここに感動が入り混じってきた感じです。これは1つのSTRAMD効果と言える

かもしれません。

2011年版 P.16 (記: 小島 寛之/戦略経営デザイン論 中西 元男先生)

昨年は桑沢の基礎造形専攻に通い、「コンセプト」云々以前に、人間の根源的・身体的感覚としてのデザインの存在を肌で知る機会を得ました。「STRAMD は、デザインが言語的理解を越えた価値を体現するものであることを前提とし、その価値を“Design Thinking”に落とし込み、論理と非論理を行き来する人間生活の中でこれをどう活用できるかを探求・実践する場ではないか」と感じています。

2012年版 P.12 (記: 可兒 佐和子/戦略経営デザイン論 中西 元男先生)

機能的価値だけではなく、感情的（経験）価値を。感情をめぐる戦いが起きている。だが、これこそデザイン思考が得意とする領域ではないか。

2012年版 P.20

(記: 岩崎 正寛/エモーショナル・ビジネスデザイン論 河野 龍太先生)

【アイデンティティ】

INAX は、中西先生が「日本で最も CI プロジェクトを徹底的に行った会社」と言い切るだけに、範囲は多岐にわたります。社名イメージ調査からはじまり、社名変更・企業理念の再構築・新事業開発まで戦略立案実行された中西先生の熱意と情熱。その想いを真正面から受け止め、やり尽くした創業者の子息で社長の伊奈輝三氏の覚悟と決意に感服いたしました。INAX プロジェクトは、様々なコンテンツが立体的に重なり、絡み合うことで時代のうねりとなり社会認識をも変えてしまいました。

2011年版 P.7 (記: 城井 祐一郎/戦略経営デザイン論 中西 元男先生)

【受け手発想】

今日は、内田先生の「デザインとは何か」という講義。「僕はね、中学生にもわかる言葉で、話をしたいんですよ」と最初にひと言。私には、温かな言葉でした。

2010年版 P.5 (記: 桑原 朋子/デザイン概論 内田 繁先生)

中西先生は、常に写真の受け手側に立って、視線がどう動くのか、それを意識することの重要性を説いていました。

1枚の写真を見て、見せたいもののほかにノイズとなるものがあれば、人はどうしてもそちらに気をとられてしまう。そのため、フレームの外に追いやったり、ボカしたり、撮影後にトリミングしたりすることにより、見せたいものの「選択と集中」を行うことが大切。

「選択と集中」は、写真に限らず、何かを表現する場合のすべてのものに当てはまることだろう。

2011年版 P.31 (記: 高間 亮行/番外編: 写真表現 中西 元男先生)

【デザイナー】

コトをデザインするデザイナーを目指す私達には、観察力とその中から可能性を探り当てる直感力・仮説推論力が求められる。ここまでテクノロジーが進化した現代でも、最も重要となることが現場、という話はとても興味深くホッとする自分がいた。知的創造は会議室で生まれるのではなく、現場から生まれる。

2010年版 P.8 (記: 城井 祐一郎/知識経営論 紺野 登先生)

毎週、札幌から通学している私は、会社へ戻り若いスタッフに学んできたことを伝えている。彼らが時代を変革していく立役者なので、彼らに《STRAMD》で学んだものを伝えていくことが私の大切な役割だと思っている。講義でインプットされた新鮮な知識は、現在進めているプロジェクトを通して既に実践しており、自社のイノベーションに向けて役立てている。

後期も自分自身をデザインしていき、“デザイナー”から“デザイナー”になれるよう心掛けたいと考えている。

2010年版 P.30 (記: 村上 憲一/STRAMD での学び)

【五感の駆使】

インターネットで容易に大量の情報を収集できるようになり、また、近視眼的な結果を求められる現代においてこそ、肉体と五感を駆使して物事を泥臭く体得していくプロセスを取って踏んでいくことが、使い捨てに終わらないデザイン構築に不可欠であることを再認識した。

2010年版 P.10 (記: 林 成志/戦略経営デザイン論 中西 元男先生)

右脳と左脳の違いの説明があった。右脳は左脳ほどあまり使っていない傾向があり、その右脳を五感体験によっ

て刺激して活性化させれば、凝り固まった脳をリラックスさせて今まで自分が知らない新たな発想や気付きを得る。両脳ともアンバランスで今まで直感どころか山勘でやってきた自分には重い試練。しかし五感に訴え、五感で発することを養うデザイン教育というところは実にSTRAMD 的だ。

2011 年版 P.33 (記: 小島 寛之/期待学 中川 聡先生)

受講して思ったことは、聞くだけでは微かな「記憶」にしかならず、実際にやってみて、掴めてくるもの。「頭」ではわかってはいたけど...少しだけ実感できてきました。実験をすることの大切さを学べる...いや、思い知らされる、とても充実した講義でした。

2012 年版 ブログ (記: 青木 貴夫/美的感覚錬成論 金子 英之先生)

【日本文化の独自性】

日本を代表するデザイナーから浮世絵の「触り」を教わるといふ何とも贅沢な一コマで、時代背景と共に題材の選択や背景の描き方がとてもわかりやすく解説された内容であった。このまま教養番組としてアーカイブして、私のような浮世絵初心者に見てもらいたいものである。

2011 年版 P.5 (記: 林 成志/日本文化論 内田 繁先生)

日本のデザインの特性は「弱さ」。弱さとは積極的な弱さ。心に訴えかけるのは弱いもの。だから地球環境の危機的な状況や問題となっている部分に訴えかけられ、自分のビジネスは始まったのかもしれない。

それにしても STRAMD、本当に奥が深い。2 時間の授業であつたが数日考えられる題材だった。

2010 年版 P.4 (記: 高嶋 民仁/デザイン概論 内田 繁先生)

【学び合い】

(発表者が) 自身の領域からこれから考えたとき、あるいは日本全体を見た時にある疑問・違和感・危機感。それぞれ全く違う立場から、デザインシンキングの必要性・可能性を伝えていました。なんとなくその場にいる、という方は一人もいません。全員が高い意識を持っていて、その場にいられることを本当に幸運に思いました。

2011 年版 P.15 (記: 江幡 菜美/セルフプレゼンテーション)

STRAMD の心地よい緊張感の中、各分野で活躍しているトップランナーのお話を聴くことができる。同じく知的な禁断症状にかかって駆け付けたのであろう 1 期生の懐かしい顔や、真剣な面持ちの 2 期生に会えるのも嬉しい。

2011 年版 P.38 (記: 田辺 千晶/土曜特別講義 山本 益博先生)

STRAMD では生徒と先生の関係が時に入れ替わる。今回の中川先生は、STRAMD 第 1 期生。先生は、冒頭で「内容を記録したり覚えたりする以上に、これを自分に置き換えて考えるための『視座』として活用してほしい」と強調されていた。さすが先輩。

2012 年版 P.30 (記: 可兒 佐和子/WEB 社会論 中川 直樹先生)

【多領域の学び / 知の連携】

濃縮な授業による各専門知識の点と点があり、それらを自ら結んでゆくことで、実りある考え方が出来上がっていく。STRAMD が掲げる目標「自分自身をデザインする」のひとつと考えると、エネルギーが湧いてくる。

2010 年版 P.16

(記: 山本 美穂子/ファッションと社会 横森 美奈子先生)

「これだ!」と感じた理由が見えてきた気がします。サステナブルという言葉を中心に、私の中でこれまで点や短い線でしかなかった数々の言葉が、段々とつながってきたからです。始まってわずか 2 カ月で、すでに濃厚な日々を味あわせていただいている STRAMD。学校では教えてくれなかった答えが見つかりそうな気がして、幼い頃に感じたワクワク感が復活しています。

2010 年版 P.19 (記: 志水 あい/サステナブル・デザイン 益田 文和先生)

まるでパズルのピースがパチパチとはまっていくように、それぞれの講義や、書籍で得た気づきがつながって 1 つの像が描かれていく快感。STRAMD に来てから脳年齢が若返ってるんじゃないだろうか?!

2011 年版 ブログ (記: 水野 可奈子/日本文化とデザイン論 内田 繁先生)

散りばめられたピースを自分なりの仮説を持って組み上げていく愉しさ。

2012 年版 P.14 (記: 岩崎 正寛/戦略経営デザイン論 中西 元男先生)

「お客様は、自分の欲しいモノを自分のコトバで語ることができない」ゆえに、既存のお客様からコトバで語れる現状への不満は出るものの、“本当の本当に欲している何か”を得ることは難しい。不確実で論理的・直線的思考が通用しない今の時代、仮説検証アプローチでプロトタイピングしながら進めていくことが重要になる

2012 年版 P.19 (記: 瀬田 信吾/知識経営論 紺野 登先生)

【現場・現物・現況主義】

今回の講義を通して先生が強くおっしゃっていたのは、「常にユーザー視点で」ということ。中西先生から教わった「現場・現物・現況主義」とも通じることと思いますが、「ユーザー視点」を得るためには「観察」がいかに大事かを改めて感じた、大変有意義な時間でした。

2010 年版 P.20 (記: 神里 僚子/WEB マーケティング 石黒 不二代先生)

ビジネスの現場の課題解決には、いわゆる経営理論を右から左に当てはめてもうまくいかない。その現場で起きている事実を起点として課題を解決する理論が必要。

2011 年版 P.24 (記: 佐久間 芳之/知識経営論 紺野 登先生)

【デザイン教育と日常への還元】

黄金比だから美しいのか、美しさを検証していくと黄金比に行き着くのか。短い実験を通じて、また、歴史的建造物や生物に見られる仕組みを知り、私自身は、黄金比と美しさとの関係性を強く意識した。科学と美の間の摂理を体感した講義だった。

2011 年版 P.26 (記: 永田 薫/美的感覚錬成論 金子 英之先生)

ソーシャルメディアの大きな流れに対し、一人の生活者として、また一人のビジネスパーソンとして、よりよい社会の実現のためにどのようにコミットしていけるのか…。本講義を通じ、そのようなことに思いを馳せました。

2011 年版 P.28 (記: 大月 均/ソーシャルメディア 神原 弥奈子先生)

地球環境問題は地球にとっての問題ではない。病んでるのはわれわれ人間である。資源枯渇の問題は人間の問題。地球上の生命体の危機は何度もあった。計 2 回の講義を終えた後、今までさまざまな講師から得られた情報

が一つのストーリーとしてまとめ始め、充足した講義でした。

2011 年版 P.29

(記: 角田 健男/サステナブル・デザイン 益田 文和先生)

最後の質疑応答で、まず自らが行動することで、周りの人が変わっていているというすばらしい経験をシェアしていただきました。

2011 年版 P.30 (記: 小林 孝至/社会性企業 佐藤 修先生)

「知らなかった」では済まされないのです…。ビジネスの世界では知財やコンプライアンス関連は避けてとれない重要事項。講義の区切りごとでの質問タイムに多くの質問が飛び交うのも、みんなが重要かつ大事なものとしてとらえていることの証しだと思う。2 時間の講義では、時間が足りない。

2012 年版 P.24 (記: 藤田 泰生/知財経営論 金 展克先生)

生き残りたければ、学び続けなければならない。

2012 年版 P.28 (記: 大石 純司/現代の学びの意義と意味 安藤 益代先生)

【気づき・刺激・指針の獲得】

STRAMD は常日頃なんとなく感じていたモヤモヤを、経験豊富な講師の先生方がロジカルに紐解いて、新しい発見へと導いてくれる。読みたい本、知りたい事が数珠繋ぎで出てくる。大変だけど、人生においてこんなに知識欲が刺激されることが学生を卒業した後にあるなんて、予想していなかった。

2011 年版 P.23 (記: 水野 可奈子/知識経営論 紺野 登先生)

経営のこと、デザインのことに関心がある私は、STRAMD の授業が始まって以来、知らない専門用語にあふれた。でも、ときどきあるのです。自分の想いとリンクする瞬間が。デザインが人間味溢れる横顔をチラチラ見せるときが。知らないことを知ることは面白いことですね。世界が広がります。

2011 年版 P.25 (記: 末次 真緒/ビジネスデザイン論 河野 龍太先生)

デザイナーは、人を「平均」ととらえるのではなく、「個性の違う、多様な人の集まり」と意識・理解することが

大切であり、期待通りを作るのがベストでなく、期待以上のものを出すこと、とあるべき姿勢も確認した。

「全員満足なんて無理」「グローバルの時代、IT時代、知っていて当たり前」という姿勢でなく、「もしかしたらわかりにくいかも」「よりわかりやすく」を理解して、実践できる人に私はなりたい。

2011年版 P.32

(記：久保寺 敏美／ユニバーサル・デザイン 中川 聡先生)

自らがどう生きたいか、それを考え抜くための補助線のような講義。

2012年版 P.29 (記：赤松 剛／社会性企業 佐藤 修先生)

根が太ければ樹は倒れない。谷が深ければ泉は枯れない。

2012年版 P.18

(記：高島 夏子／アートディレクション論 浅葉 克己先生)

【チームクリエイティブ】

様々な業種・年齢の方々とグループワークをすることで、自分の考え方のくせや、知らなかったものの見方を発見する機会となりました。

2011年版 P.40 (記：末次 真緒／課題演習)

最終アウトプットのクオリティは置いておき(たぶん他チーム同様、時間切れ…)、求められていると想定されるもの・こと以外に思考をめぐらせたチームの話し合い、プロセス自体が、私にとってはとても有意義でした。一人では気がつかなかった沢山のことを、チーム内の話し合いだけでも発見・実感でき、思考が偏りがちになるのにはよい刺激となりました。終わってみて振り返ると、順位等よりも、価値観もバックグラウンドも違うそれぞれとすりあわせていく時間がとても貴重な体験でした。

2011年版 P.40 (記：長谷 朋美／プレゼン大会報告)

まず、おそらく50時間以上喧々囂々議論をした、チームの仲間に感謝します。普段の仕事では集まることは多分ない職種・世代、そして信条も異なるメンバーで一つのことを作り上げることは、貴重な体験となりました。

2011年版 P.41 (記：佐久間 芳之／プレゼン大会報告)

この抽象度のとても高いテーマをどのように進めていくのか？各自仕事が忙しい中、できるかぎりミーティングを行い、毎回各自、課題を持ち帰り議論を進めていった。ベストな解を出せたとは思わないし、もっと良くすることができたのかもしれない。そのプロセスを経験できたことが、とても重要だったように感じました。改めて「考えるスタンスをやめないこと」を続けようと思いました。

2012年版ブログ (記：林 恭平／前期課題プレゼン大会)

今回、私たちEチームが、5チーム中“僅差で”1位をいただくことになりました。自分たちのアイデアに、もちろん愛着はありますが、前回のプレゼンテーション大会や今回の全体ディスカッションで、各チームの発表を聞き、「そういう考え方もあるのか」と気付くことも多く、ある意味、力作ぞろいでした。その“僅差”ということを実感しています。

2012年版ブログ (記：三嶋 浩太／前期課題ディスカッション)

一つの目標に向けて、各人の専門分野・得意分野をベースに、協働体制ができ、リーダーシップを特に使わずとも皆が優先的に、この課題に取り組み、自然とモノごとが進んでいく。このチームのプロセスを振り返ってみると、「誰が何をやる、役割分担などのチームプレイが自然とうまくとれた」「ある会議手法を取り入れ、意見の食い違いがほとんどなかった」「ミーティングはもちろんのこと、Facebook等も活用し、情報共有が活発だった」という点は、良かった点。仕事でも、同じような形で、協働体制ができればと感じる。

2012年版ブログ (記：本橋 徹也／前期課題ディスカッション)

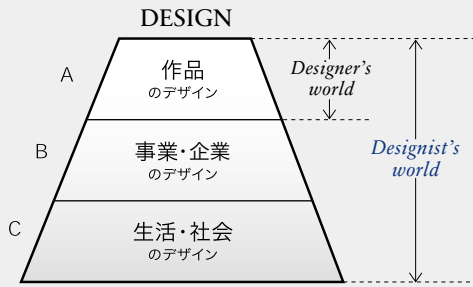
チームが優勝を逃した悔しさと、二度と戻れない教室での日々を想う寂しさで涙ナミダの打ち上げだったが、最高のクラスメイト達の笑顔を明日からの活力とさせていただき、最終日を終えることができた。人生の中間地点で、こんなにも充実した場を体験することができ、なんという幸運だろう。幸せとはこういうことだと思う。

2011年版ブログ (記：水野 可奈子／STRAMDを終えて)

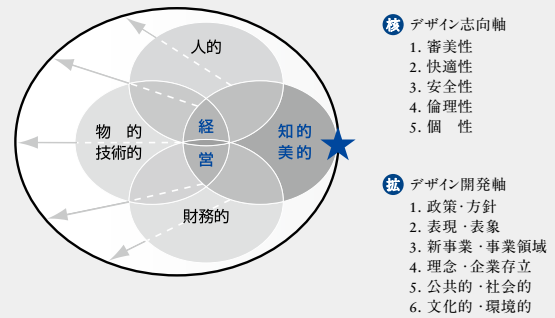


STRTAMD 基本パラダイム & チャート

目指すは文化立国時代をつくるデザイナーズ



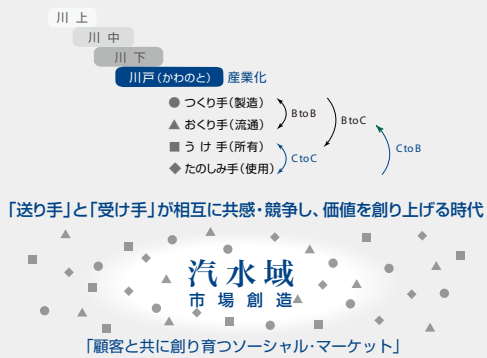
志向するは新しい日本型経営モデル 知的・美的経営



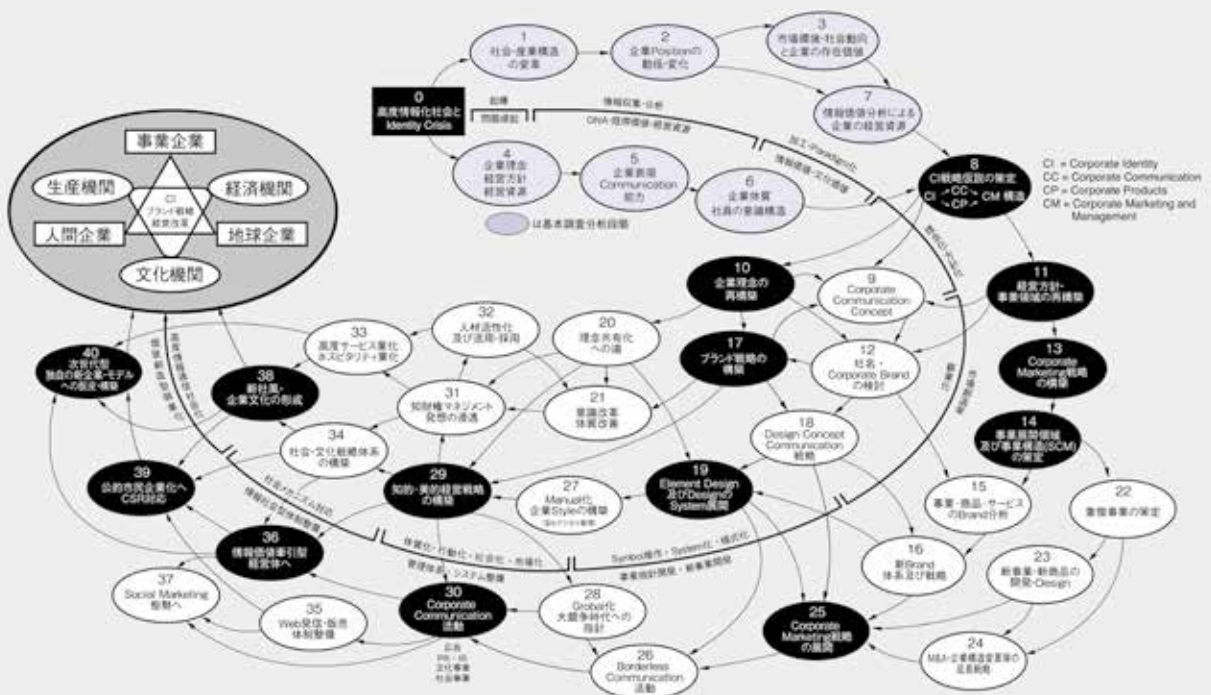
高度情報化時代の経営資源とマーケティングマネジメント



産業の拡がりと市民産業化へ



「戦略経営デザイン」開発プロセスモデル



「知的美的経営」を目指す

《STRAMD Paradigm10》2012

「常なるMetapureneur(メタプルヌール／蘇業)こそ重要」

- 1 感動的経営環境の創出
企業に「感動的な経営環境」を創出し変革を促す
- 2 STRAMD教育のポジショニング
デザイン教育発展の4象限
- 3 STRAMD(戦略経営デザイン)の基本となる定義フレーム
核拡デザインとは何か、知的美的経営とは何か
- 4 「デザインとは何か」の代表説(典型事例)
W.グロピウスとE.ソットサス
- 5 デザインの役割は「物づくり・表現づくりから、サービス業化重視」へ
サービス業とは何か、なにゆえサービス業化か
- 6 現代(脱工業化・情報化時代)企業の経営資源とは何か
現代の経営資源とブランドマーケティング
- 7 企業の在りたい姿、在るべき姿
「生産機関+経済機関+文化機関」の鼎立
- 8 現代企業がアイデンティティ・デザインを必要とする理由
なにゆえ日本型CI(存立意義・個業化)は生まれたか、その目指すところとは
- 9 デザイン目標の進化と変化
目標(対個人・社会)にどう対応し、市場進化(川戸産業化)をどう捉えるか
- 10 これからのデザインが目指すべき在り位置
「デザインとは何か」の新パラダイム

◆だから日本は「デザイン政策に関する長期展望」を持たなければならない

「知的美的経営」を目指す

《STRAMD Prospectus 10》2012

「受講にあたっての基本視座と姿勢」

- 1 ビジネスをデザインする前に「自分自身をデザイン」する
新しい時代の日本人 (or 世界人) を想定していくことが重要
- 2 「欲識」を持ち、「直感力」を磨く習慣をつける
一般情報・表層情報を越えたところでの発信可能資源を探る
- 3 答えを覚えるのではなく、良い質問と「答えの出し方を会得」する
How to ではなく Why to への答えを前提とした長期展望を描く
- 4 価値創造成果を、「成功実証事例」から学ぶ
業種・業態・業容の根本から見直すことの意義を識る
- 5 ゴールよりも「ディレクション」を常に目標とする
近視眼的目標より価値創造を目指す
- 6 「先生徒」授業 (その問題を一番知っている人こそ教師) を前提とする
多彩なメンバー構成の特長や専門性を活かす
- 7 常に「良い悪い」と「好き嫌い」の二軸で考えるクセをつける
自らが経営者であり、顧客の代表としての指針を持ち判断を下す
- 8 「現場・現物・現況」主義と「連続体」観察を旨とし、実務実践から外れない
現状をジッと見るヨコ糸と、業種や企業の歩み・DNA のタテ糸を資源に実現可能性を考える
- 9 「五感」で受け、五感へ発することを日常化する
感じさせる力の可能性を常に意識する
- 10 「深層心理的美意識」と「受け手発想」で「戦略仮説」を考える
受け手 (顧客) も組み込み活用・成長するシナリオを描きドラマタイズしていく

◆「メタブルヌール(蘇業)&個業化」の時代に入った日本企業

STRAMD
中西元男
120419
2

第1期カリキュラム：2010年度

[前期]

■ 前期カリキュラム (2010年4月6日～7月22日 火曜日・木曜日 18:30～21:00)

デザイン概論	(1)	4月15日	内田 繁	桑沢デザイン研究所所長	デザインとは何か：人間を基軸として
	(2)	5月20日			デザインホテル：もてなしのビジネス開発戦略
	(3)	6月17日			弱さのデザイン：日本文化の可能性
知識経営論	(1)	4月20日	紺野 登	多摩大学大学院教授	「知識経営の時代」のデザインを考える
	(2)	5月25日			美的企業の経営
	(3)	6月22日			デザイン思考と知識創造理論
戦略経営デザイン論	(1)	4月13日	中西 元男	PAOSグループ代表	講義の基本視座と姿勢① Prospectus10
	(2)	4月22日			講義の基本視座と姿勢② Prospectus10
	(3)	5月11日			自伝的・体験的デザイン論
	(4)	5月27日			上海万博レポート 企業の存立意義 Paradigm10 Metapreneur(メタブルネール/蘇業)を目指して
	(5)	6月3日			感動的経営環境の創出：KENWOOD再生 デザイン教育4象限
	(6)	6月10日			核拡デザイン論 理念開発事例研究①：伊藤忠
	(7)	6月15日			理念開発事例研究②：伊藤忠・神奈川県
	(8)	6月24日			現代の経営資源とは何か：知的美的経営
	(9)	7月13日			事例研究：松屋銀座 グループ研究テーマ発表「百貨店再生なるか」
	(10)	8月～9月			チーム別指導
ファッションと社会		5月13日	横森 美奈子	ファッションデザイナー	ファッション：社会と時代を写す鏡
社会性企業		5月18日	佐藤 修	コンセプト・デザイナー	ソーシャルアントレプレナー：主体的な変革者
サステナブル・デザイン	(1)	6月1日	益田 文和	東京造形大学教授	サステナブルビジネスの可能性とバックカスティング思考法
	(2)	6月8日	益田 文和		サステナブルライフスタイル提案と世界を変えるデザイン展
Webマーケティング	(1)	6月29日	石黒 不二代 坂本 貴史	ネットイヤーグループ代表 インフォメーション・アーキテクト	Webセントリックマーケティング UXD(ユーザーエクスペリエンス・デザイン)
	(2)	7月1日	石黒 不二代 池田 紀行	ネットイヤーグループ代表 マーケティングコンサルタント	クラウド時代の次世代ビジネス ソーシャルメディアマーケティング
ユニバーサル・デザイン		7月6日	梶本 久夫	ユニバーサルデザイン・ コンソーシアム代表理事	UD(ユニバーサルデザイン)7原則と健康都市
創造と知性	(1)	7月8日	半田 智久	お茶の水女子大学教授	人間知の条件 / 創造のプロセス
	(2)	7月15日			17-18世紀の知性に学ぶ / プロジェクトと知性
美的感覚養成論	(1)	7月22日	金子 英之	アイソーアソシエイツ代表	黄金比：美の規準について

■ 土曜特別講義

企業経営とアート	4月4日	福武 總一郎	ベネッセホールディングス会長	企業経営とアート、その関わりと成果	〈公開講座〉
ワイン&マナー	5月29日	松浦 尚子	ボルドー国立大学公認 ワインテイスター	ワインのマナーとおもてなしを身につけて	
奈良美術と仏像	6月19日	大橋 一章	早稲田大学教授 倉津八一記念博物館長	奈良時代と仏教美術の基本を知ろう	〈公開講座〉
名所づくり	7月24日	北山 孝雄	北山創造研究所代表	一人の人で 一つの物で 一軒の店で 街は変わる	〈公開講座〉

■ 後期カリキュラム (2010年9月14日～1月20日 火曜日・木曜日 18:30～21:00)

デザイン概論	(1)	9月16日	内田 繁	桑沢デザイン研究所所長	日本のデザイン：森林に覆われた風土の思考
	(2)	9月30日			琳派：雅のルネッサンス
	(3)	10月17日			浮世絵：日本文化の可能性
	(4)	11月25日			浅草ホテルプロジェクト紹介 ディスカッション：これからの日本
戦略経営デザイン論 (11)	(11)	9月14日	中西 元男	PAOS グループ代表	Prospectus10とParadigm10
	(12)	9月21日			前期課題：「百貨店再生を考える」 プレゼン大会
	(13)	10月 5日			企業の在りたい姿、在るべき姿 (生産・経済・文化機関)
	(14)	10月26日			後期課題テーマ発表：WANOVAION
	(15)	11月 2日			ケーススタディー：セキスイハイム 日本型 CI の原型
	(16)	11月 9日			ケーススタディー：NTT (1) 電から民へ インダイレクト・コミュニケーション
	(17)	11月16日			ケーススタディー：NTT (2) サービス業化への取り組み、NTT DoCoMo
	(18)	12月 7日			ケーススタディー：INAX (1) 調査・企画・社名開発
	(19)	12月14日			ケーススタディー：INAX (2) 理念開発・VI 開発・事業開発
	(20)	1月13日			ケーススタディー：INAX (3) 成果とサービス業化への道、全体総括
ビジネスデザイン論	(1)	11月 4日	河野 龍太	インサイトリンク代表	総論：21世紀の競争原理とエモーショナル・ビジネスデザイン
	(2)	11月11日			デザインシンカー：(ケース&演習) METの再生 他
	(3)	12月 2日			本質をどうとらえるか：(ケース&演習) 旭山動物園 他
	(4)	12月 9日			戦略イノベーション：(ケース&演習) 星野リゾート 他
美的感覚練成論	(2)	9月28日	金子 英之	アイツアソシエイツ代表	名画：美と知のデータベース
	(3)	10月28日			アルファベット：トラヤヌスの碑文からヘルベチカまで
	(4)	11月18日			漢字：埋め込まれた情念・甲骨文から顔真卿、そして現代の文字
	(5)	12月16日			言葉：感動と表現・とんとん泣こう・ことばの「異化」効果
	(6)	12月21日			思考：言葉を越える・創造を生む思考術・禅の方法論
討論会		11月30日	中西 元男・河野 龍太・金子 英之		「WANOVAION」をどのようにとらえるか
プレゼンテーション		1月20日	中西 元男・河野 龍太・金子 英之		発表大会
知財経営概論		10月19日	金 展克	ハートライツ商標意匠事務所	知財の基礎&紛争の実態

■ 土曜特別講義

日本を語る、50年を語る、 迫真の感覚訴求	9月25日	山田 脩二	カメラマン・淡路瓦師	「日本旅 1961-2010」を語る	〈公開講座〉
SAMSUNG(サムスン)の 経営とデザイン	10月16日	吉田 道生	日本サムスンデザインチーム・チーム長	サムスンの飛躍的躍進の陰にある秘密を探る	〈公開講座〉
中国企業とデザインビジネス事情 そして人材教育事情	11月 6日	王 超騰	PAOS 上海代表	現代中国の実情をデザインを起点に展望する	〈公開講座〉
日本の伝統文化を 語る、試す	12月25日	清崎 加奈子	伝統文化プロデュース 道・REN・代表	香道の歴史と間香体験 嗅覚を芸術に高めた和の感性	〈公開講座〉

■ 2010年 開講1周年記念シンポジウム

〈STRAMD〉シンポジウム	1月29日	紺野 登・中西 元男		企業経営をデザイン思考する STRAMD 戦略経営デザイン人材育成講座「果たしてその成果は」	〈一部公開〉
----------------	-------	------------	--	---	--------

第2期カリキュラム：2011年度

[前期]

■ 前期カリキュラム（2011年4月12日～7月21日 火曜日・木曜日 18:30～21:00）

セルフプレゼンテーション		4月16日	共通	中西・河野・金子	初対面の人に自分の印象を残すプレゼンテーション
知識経営論	(1)	4月19日	紺野 登	多摩大学大学院教授	デザインと経営：デザインマネジメント
	(2)	5月10日			知識デザイン：デザインによるイノベーション
	(3)	5月24日			デザイン思考とは
	(4)	6月7日			デザインの知のバラダイム
戦略経営デザイン論	(1)	4月12日	中西 元男	PAOS グループ代表	イントロダクション：コカ・コーラのブランド戦略
	(2)	4月21日			Paradigm10：これからのデザインがめざすべき道
	(3)	4月28日			Prospectus10 (1-5)：自己デザイン／欲望／良い質問／価値創造／ディレクション
	(4)	5月17日			合同講義：人生とデザイン
	(5)	5月26日			Prospectus10 (6-9)：先生徒／良い悪い・好き嫌い／三現主義／五感
	(6)	5月31日			Prospectus10 (10)：受け手発想
	(7)	6月23日			ケーススタディー：プリデストン・世界1位への挑戦
	(8)	7月5日			ケーススタディー：「松屋銀座」の蘇業とCIの成果
	(9)	7月12日			課題グループ別指導
ビジネスデザイン論	(1)	11月4日	河野 龍太	インサイトリンク代表	総論：21世紀の競争原理とエモーショナル・ビジネスデザイン
美的感覚練成論	(1)	5月12日	金子 英之	アイソーアソシエイツ代表	思考：違って考える・禪の方法論
	(2)	6月28日			黄金比：美の規準は存在するか・未来予測
ファッションと社会		12月9日	横森 美奈子	ファッションデザイナー	ファッション：社会と時代を写す鏡
ソーシャルメディア		9月28日	神原 弥奈子	ニュースソーユー代表	ソーシャルメディアの歴史と現在
サステナブル・デザイン	(1)	6月14日	益田 文和	東京造形大学教授	エコデザイン：地球ひとつ分の許容量とバックキャスト思考法
	(2)	6月21日			サステナブルライフスタイル提案と若者たちの挑戦事例
ユニバーサルデザイン		6月28日	中川 聡	プロダクトデザイナー	ユニバーサルデザインの基礎：あらゆる使い手を意識する事
期待学：EXPECTOROGY		7月19日	中川 聡	プロダクトデザイナー	先端の学：「期待」を切り口にデザインを考える
社会性企業		6月30日	佐藤 修	コンセプト・デザイナー	われわれ、そして企業は、震災をどう受け止めてゆくのか？
Webマーケティング	(1)	1月20日	石黒 不二代	ネットイヤーグループ代表	Webセントリックマーケティングとソーシャルメディア
	(2)	10月19日	坂本 貴史	インフォメーション・アーキテクト	情報設計：IA(インフォメーションアーキテクチャー)
特別講義：中西流撮影術		6月16日	中西 元男		素人でもセミプロ級の写真を撮る方法

■ 土曜特別講義

先駆者に聞く： ファッションビジネス	9月25日	尾原 蓉子	IFB ビジネススクール学長	ファッション・ビジネスにみる 価値創造の“これまで”と“これから”	〔公開講座〕
WEBビジネス、次の10年	10月16日	中川 直樹	日本WEBデザイナーズ協会会長	2011年WEBデザイン賞受賞作について聴く	〔公開講座〕
企業と国際的文化的戦略	11月6日	山本 益博	料理評論家	ミシュランガイドの企業戦略	〔公開講座〕

■ 後期カリキュラム (2011年9月15日～2012年1月19日 火曜日・木曜日 18:30～21:00)

日本文化とデザイン論	(1)	10月27日	内田 繁	内田デザイン研究所 代表	デザインとは何か
	(2)	11月29日			知識デザイン：デザインによるイノベーション
	(3)	12月6日			21世紀のデザインのあり方
戦略経営デザイン論	(10)	9月15日	中西 元男	PAOSグループ代表	前期レビュー／東アジアのデザイン事情／東レのCI
	(11)	9月29日			ケーススタディー：NTT・官から民へ／ダイナミックループ導入
	(12)	10月20日			ケーススタディー：NTT・官から民へ／組織変革の実例
	(13)	11月08日			ケーススタディー：ベネッセ・文化機関としての企業／福武書店と創業者
	(14)	11月22日			ケーススタディー：ベネッセ・文化機関としての企業／Benesseの誕生
	(15)	12月13日			ケーススタディー：INAX・生産型製造業／伊奈製陶と経営者
	(16)	12月22日			ケーススタディー：INAX・伊奈製陶からINAXへ／理念開発とINAX S
	(17)	1月10日			ケーススタディー：INAX・伊奈輝三社長と理念経営／全体総括
ビジネスデザイン論	(2)	11月10日	河野 龍太	インサイトリンク代表	エモーショナル・ビジネスデザインとは何か
	(3)	11月17日			本質を捉える
	(4)	11月24日			戦略イノベーション
	(5)	12月9日			どうやってエモーショナル価値をつくるのか
美的感覚養成論	(3)	9月27日	金子 英之	アイツアノシエイト代表	名画：示準名画30選 名画を決めるものは何か／未来思考
	(4)	10月18日			アルファベット：トラサヌスの碑文から現代スタンダード書体まで／表音の思考
	(5)	11月1日			漢字：甲骨文字と漢字の起源 東洋文明の基礎／表意の思考
	(6)	11月15日			言葉：命銘 異化効果／思考のオペレーションソフト
知財経営論		7月19日	金 展亮	ハートライツ商標登録事務所	知財の基礎と紛争の実態
知の枠組み	(1)	6月30日	半田 智久	お茶の水女子大学教授	人間知の条件：人類はいかに現在の知性を獲得したか
	(2)	1月20日			東洋と西洋：イニシエーターとしての日本人
〈前期課題〉発表会		9月20日	中西 元男・河野 龍太・金子 英之		「東京のタクシーを考える」プレゼンテーション大会
〈前期課題〉討論会		9月22日			全体ディスカッション
〈後期課題〉発表会		1月17日	中西 元男・河野 龍太・金子 英之		STRAMD 派「ワノバージョン」プレゼンテーション大会
〈後期課題〉討論会		1月19日			全体ディスカッション

■ 土曜特別講義

現代中国デザイン事情	11月26日	王 超塵	上海 PAOS 代表	日本人が簡単に理解し難い文化・歴史・伝統工芸の垣がけ…	〈公開講座〉
最前線のリーダーが語る 理念経営とその成果	12月17日	東 浩之	(株)ユナイテッドアローズ 上席執行役員	ユナイテッドアローズ社の理念経営について聴く	〈公開講座〉

■ シンポジウム

〈STRAMD〉シンポジウム	1月14日	内田 繁・中西 元男・紺野 登 他		企業経営をデザイン思考する 戦略経営デザイン人材育成講座 STRAMD 3	(一部公開)
----------------	-------	-------------------	--	--	--------

第3期カリキュラム：2012年度

[前期]

■ 前期カリキュラム（2012年4月17日～2012年7月26日 火曜日・木曜日 19:00～21:00）

課題演習1 セルフプレゼンテーション	4月17日	中西 元男・河野 龍太・金子 英之	3分で自己アピール
戦略経営デザイン論	(1) 4月19日	中西 元男 PAOS グループ代表	STRAMDとParadigm10 基本姿勢
	(2) 4月26日		STRAMDとProspectus10 基本視座
	(3) 5月15日		(合同授業) 自伝的体験的デザイン論
	(4) 6月5日		Prospectus10 知的美的発想からのイノベーション
	(5) 6月14日		経営の起死回生：松屋銀座
	(6) 7月10日		標準化メリットの追求：マツダ <前期チーム課題テーマ発表>
	(7) 7月24日～		課題チーム別指導（全5回）
美的感覚練成論	(1) 4月24日	金子 英之 アイツーアソシエイツ代表	総論：思考 類型思考から脱出できるか？
	(2) 7月17日		黄金比 美に絶対基準はあるか？
知識経営論	(1) 5月8日	紺野 登 多摩大学大学院教授	デザインの経営
	(2) 5月22日		デザインとイノベーション
	(3) 6月12日		デザイン思考（知識デザイン）の実践
知財経営論	(1) 7月12日	金 展克 ハートライツ商標意匠事務所	知財の基礎&紛争の実態
エモーショナル・ビジネスデザイン論	(1) 5月10日	河野 龍太 インサイトリンク代表	(総論) エモーショナル・ビジネスデザインとは何か
ファッションと社会	5月17日	横森 美奈子 ファッションデザイナー	ファッションは社会を反映する
アートディレクション論	5月29日	浅葉 克己 アートディレクター	デザイン：明日を生きるための知恵
日本文化とデザイン論	(1) 5月8日	内田 繁 内田デザイン研究所 代表	デザインとは何か：近代デザインへの反省
	(2) 6月7日		やきものの美：変革の母体としての日本文化
	(3) 6月21日		琳派の系譜：光琳・宗達・光悦から現代作家まで
サステナブルデザイン論	(1) 6月26日	益田 文和 東京造形大学教授	エコデザイン：地球の限界とサステナブルなライフスタイル
	(2) 7月3日		サステナブルデザイン：地球的観点とアジアの可能性
ユニバーサル・デザイン	6月28日	中川 聡 東京大学大学院 特任教授	ユニバーサルデザインの現在 共感覚ワークショップ-1
期待学	7月5日	中川 聡 東京大学大学院 特任教授	期待学とは何か 共感覚ワークショップ-2
知の枠組み	7月19日	半田 智久 お茶の水女子大学教授	人類の歴史と創造性の獲得
現代 学びの意義と意味	7月26日	安藤 益代 国際ビジネスコミュニケーション協会	超えて学ぶ：学ぶことをデザインする

■ STRAMD天津エコシティ研修ツアー（2012年5月25日～27日）

中国先端都市開発視察	天津新開発区スマートシティ 「康師傅」企業博物館 イタリア租界 北京天壇公園 北京宋庄芸術村 等
------------	--

■ 後期カリキュラム（2012年9月18日～2013年1月24日 火曜日・木曜日 19:00～21:00）

課題演習2 前期課題プレゼン大会	9月18日	中西 元男・河野 龍太・金子 英之	提案：「現代版 日本の常識」	
課題演習3 前期課題ディスカッション	9月20日	中西 元男・河野 龍太・金子 英之	全体ディスカッション	
戦略経営デザイン論	(8)	9月25日	中西 元男 PAOS グループ代表	前期レビュー：企業経営をデザイン思考する
	(9)	10月16日		新事業開発4種の神器：セキスイハイム
	(10)	10月30日		政策・方針のデザイン：ブリヂストン／神奈川県 (KI)
	(11)	11月6日		理念づくりからの経営革新：LUMINE
	(12)	11月20日		世界共通の企業理念開発：伊藤忠商事
	(13)	12月4日		文化オリエンティッド理念経営のシンボルケース：ベネッセ
	(14)	12月18日		真の日本型CI：INAX（その1） 理念の浸透
	(15)	1月15日		真の日本型CI：INAX（その2） 事業開発のデザイン
美的感覚錬成論	(3)	9月27日	金子 英之 アイソーアソシエイツ代表	名画：知と美のデータベース 示準名画を選ぶ
	(4)	10月23日		文字：アルファベット トラヤヌス碑文とスタンダード書体
	(5)	11月13日		文字：漢字 甲骨文字と白川静
	(6)	11月27日		言葉：命銘 イメージの収斂
社会性企業	10月18日	佐藤 修 コンセプト・デザイナー	新しい企業観：マネーからケアへ	
WEB社会論	10月25日	中川 直樹 日本Webソリューションデザイン協会 会長	WEBの未来を考える：高度化する情報環境とわたしたち	
デジタルマーケティング	11月1日	石黒 不二代 ネットイヤーグループ代表	企業の経営戦略とビッグデータ	
エモーショナルビジネスデザイン論	(2)	11月8日	河野 龍太 インサイトリンク代表	戦略イノベーションをデザインする
	(3)	11月15日		コンセプトをデザインする
	(4)	11月22日		ビジネスモデルをデザインする
日本文化とデザイン論	(4)	11月29日	内田 繁 内田デザイン研究所 代表	デザインによる地域環境イメージの変換 ホテル イル・パラッツォ／門司港ホテル
	(5)	12月6日		文化戦略としてのホテル…市民に愛されるホテル オリエンタルホテル広島
	(6)	12月13日		インティメイト・ホテル…親しみやすく、寛げるホテル ザ・ゲートホテル雷門
ソーシャルメディア	12月11日	神原 弥奈子 ニュース・ツアー・ユー代表	ソーシャルメディアの過去・現在・未来	
課題演習4 後期課題プレゼン大会	1月22日	中西 元男・河野 龍太・金子 英之	「世界を驚かす WANOVATION」	
課題演習5 後期課題ディスカッション	1月24日	中西 元男・河野 龍太・金子 英之	全体ディスカッション	

■ シンポジウム

〈STRAMD〉シンポジウム	1月26日	内田 繁・中西 元男・他	「企業経営のデザイン思考」と「次世代型実務家育成」〈一般公開〉
----------------	-------	--------------	---------------------------------

〈STRAMD〉受講生の構成（第1期／第2期／第3期）

■ 男女比 2：1

■ 平均年齢 36.7 歳

■ 従事業種および職種

■ 年代別構成比

20代：17.9%
30代：48.7%
40代：25.6%
50代：6.4%
60代：1.3%

■ 出身教育機関

理工系：17.9%
社会科学系：34.6%
人文科学系：10.3%
芸術系：26.9%
その他：11.5%

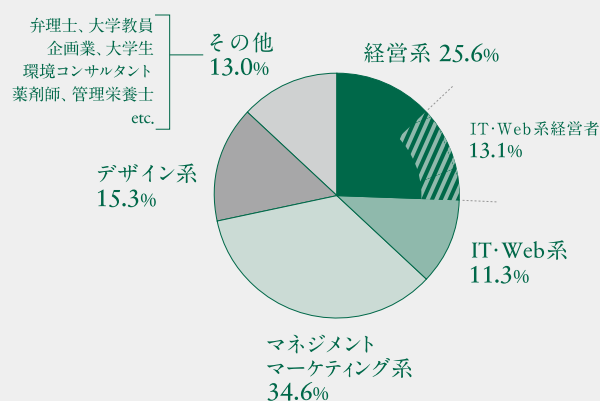
■ 取得資格等

MBA：6名
一級建築士：3名
二級建築士：1名
薬剤師：1名
弁理士：1名
MOT（技術経営修士）：2名
技術士〔補〕（建設部門）：1名
二級建築施工管理技士：1名
監理技術者：1名
CTI（Computer Telephony Integration）：1名
管理栄養士：1名
学芸員：1名
図書館司書：1名
ファッションビジネス能力検定 1級：1名 2級：1名
ファッション販売能力検定 2級：1名
秘書検定：1名
色彩検定：4名
エコ検定：1名
システムアドミニストレータ：1名
システムアナリスト：1名
ワインアドバイザー：1名
ビジネス実務法務検定 3級：1名
PMP（Project Management Professional）：1名
経営管理士：1名
貿易スペシャリスト 2級：1名
小学校教諭 1種（理科）：1名
情報処理技術者試験：3名
ITストラテジスト：1名
初級システムアドミニストレータ：1名
産業カウンセラー：1名
キャリアコンサルタント（日本産業カウンセラー協会）：1名
宅地建物取引主任者：1名
管理業務主任者：1名
ファイナンシャルプランナー技能資格試験 2級：1名
日商簿記検定 2級：1名
画像処理技能検定：1名
国家検定ウェブデザイン技能検定 3級：1名
データベース検索技術者 2級：1名
テクニカルライティング 上級：1名
マニュアル制作ディレクション：1名
小売商検定（販売士） 2級：1名
証券アナリスト：1名

広告制作（プロジェクトマネージャー）／製薬（マネジメント）／デザイン（グラフィックデザイナー）／デザイン（アートディレクター）／総合商社（人事）／総合シンクタンク（研究員）／住宅設備機器（空間デザイン）／高級婦人服製造販売（デザイン）／フリーランス（ライター）／企画デザイン（企画コンサルタント）／物流（マネジメント）／保険（広報）／建築（内装デザイン）／WEB制作（アートディレクター）／美容用品（マネジメント）／化粧品（マネジメント）／医療機器（エンジニア）／広告（営業）／不動産（企画）／総合研究所（研究員）／通信キャリア（技術）／デザイン（アートディレクター）／不動産（ビル開発）／不動産（建築設計）／経営コンサルティング（コンサルタント）／大学講師（アーティスト）／住宅設備機器（建材デザイナー）／アパレル（マーケティング）／学生（経営学専攻）／広告代理店（マーケティング）／コンピュータ（システムエンジニア）／インテリアデザイン・飲食店経営（マネジメント）／住宅設備機器（事業企画）／自然環境コンサルタント（研究員）／リゾート（マネジメント）／デザイン（グラフィックデザイナー）／宇宙関連技術（マネージャー）／印刷（企画デザイン）／教育ツール（マネジメント）／人材開発（コンサルティング）／レジャー（経営企画）／医薬健康（漢方カウンセラー）／携帯電話事業（デザインマネジメント）／企業経営コンサルタント（ディレクター）／電子機械（開発）／食品（WEB マネージャー）／自動車（エンジニア）／ネットビジネス（企画マネジメント）／福祉事業（営業）／IT 事業開発（コンサルティング）／WEB制作（プロデューサー）／食品（経営企画室）／人材（キャリアコンサルタント）／WEB制作（テクニカルディレクター）／IT（プロジェクトマネージャー）／化学製品（営業）／WEB制作（プランナー）／システム開発（コンサルタント）／化粧品（マーケティング）／国際特許事務所（弁理士）／WEB制作（マネジメント）／WEB制作（ディレクター）／メディア関係（制作）／教育（マネージャー）／システム開発（システムエンジニア）／教育（コンサルタント）／印刷包装（パッケージデザイナー）／IT（テクニカルライター）／医薬品（企画マネジメント）／広告デザイン（Webデザイナー）／健康食品（マーケティング）／アパレル（ブランドマネジメント）／環境コンサルティング（マネジメント）／広告企画（マネジメント）／WEB制作（ディレクター）／システム開発（マネジメント）／建築（構造設計）／（経営者 20名）

STRAMD 2010+2011+2012

78人



受講生コメント「あなたにとって STRAMD とは」 30文字メッセージ

(第1期／第2期／第3期生／順不同)

- 稀有な思考や人々と邂逅・触発できる、知的・美的な時空間 (会社経営・環境コンサルタント)
- 既存価値を de-sign することで新たな価値を生み出す知の泉 (食品・経営企画)
- デザインと経営、という一生かけるテーマに指針を与えられました (会社経営・空間デザイン)
- 左脳と右脳、MBAとデザインが正反合するリベラルアーツの場だ (マスメディア／MBA)
- ワクワクすることをしたいとウズウズしているすてきな仲間たち (経営コンサルタント・マネージャー)
- 本物の CI のルーツを再確認する場でした。すばらしい仲間と、思考に出会えました (製造業・デザイン)
- なんでもない日々の暮らしを有意義にする思考法を教えてくださいました場 (ライター・管理栄養士)
- STRAMD 的な思考は夢のある未来を創っていく私の価値観です (不動産ビル開発・一級建築士)
- デザイン思考が加わると、ヒト・モノ・カネがこれまでとは全く違う見え方になりました (WEB 広告営業)
- 人生においての、第2段ロケット噴射の起爆剤 (会社経営・WEB ディレクター)
- 本質を見極め、正論を述べることの勇気を与えてくれました (会社経営・教育ツール開発)
- イノベーションを起こす武器。この武器で世界に勝負を挑みます! (会社経営・ネット通販)
- STRAMD は、私の知識・人脈のフィールドを広げてくれました (企画デザイン業・プランニングデザイナー)
- 自分次第でどうにでもなる (会社経営・システム開発)
- 日本で唯一無二であり、自己に後生大事となる、デザイン思考の総本山 (WEB デザイン・インフォメーションアーキテクト)
- 色・形・お金だけではなく、共感できるビジネスのデザイン (マネージャー・ホテル開発業／MBA)
- デザインの原点に一番近いところ (インテリアデザイナー)
- 自身の過去の経験とデザイン思考が融合し昇華していく場 (医薬品・マネージャー)
- 前へ進む時こそ、STRAMD の知的美的同時進行が生み出す柔軟な関係性、ここへ戻る (大学教員・アーティスト)
- 毎回非常に中身の濃い講義や素晴らしい仲間に出会える場所! (文具マーケティング)
- テーマである「自分らしい生き方」を具現化するための道標 (キャリアコンサルタント)
- 元気がでます。やる気になります。いてもたってもいられなくなります (ファッション業・マネージャー)
- 第二の青春。青春に欠かせない、学び / 師 / 友人、この3つに出会える場所 (WEB プロデューサー)
- はじまりの呼び鈴。小気味良いまでに自らの不足に気づき、一步を踏み出す機会を得た場 (コンサルタント・人材開発)
- “これから”をサヴァイブしていくために私たちに求められる、知恵と教養の学び舎 (メディア企画・マーケティング)
- STRAMD での刺激や出会いを熟成中。答えは半年後か1年後…を楽しみに (IT・プロジェクトマネージャー)
- とにかく大きな魚を釣って、本能的にちよつとかじってみたところです (弁理士)
- 人生の目標に近づく、大いなる飛躍の場です (会社経営・システム開発)
- 場所や時間枠を超え、そして分野を超えて自分に働きかけてくれる学びと刺激の連続 (会社経営・リポート／教育)
- 弊社蘇業の原点 (会社経営・企画)
- いつの間にやら片想い、これからも追い続けるもの (システム開発・コンサルタント)
- あらゆる物事や人との出会いに感謝。これからの歩き方を見つけるきっかけの場です。この時代に出会うことは必然だった (ファッション業・マーケティングプランナー)
- 濃密な時間とおいしいお酒、視野拡大のマジックレシピ満載、それが STRAMD でした (IT・教育)
- 沢山の学生や先生方との語り合いから学んだ「制限のない」関係と感性が財産です (会社経営・ファッションデザイナー)
- 美とビジネス、理想とリソース、戦略とセンスを兼ね備えた実践塾 (大学講師・環境コンサルタント)
- STRAMD とは 経営・デザイン概念・生き方の指針です (会社経営・WEB デザイン)
- 心に響く無数の学びと生涯の友に出会い、自分をリデザインできた、かけがえのない時間 (広報・マーケティング)

新〈STRAMD〉について

STRAMDは、2013年4月より教室を移し、新しくスタートします。

第1期～第3期の3年間の記録（講義内容やブログ等）は
下記公式サイトに集録されていますので、ぜひご覧ください。

● 新〈STRAMD〉公式サイト

<http://stramd.asia/>

● 受講生ブログ「*Desiginist Today*」

<http://stramd.asia/blog/>

● 公式 facebook

<http://www.facebook.com/STRAMD/>

* シンポジウム映像を下記にてご覧いただけます

〈第1回〉開講記念シンポジウム（2010年12/1）

〈第2回〉第1期シンポジウム（2011年1/19）

〈第3回〉第2期シンポジウム（2012年1/14）

〈第4回〉第3期シンポジウム（2013年1/26）

<http://www.stramd.asia/program/symposium.php>

● お問い合わせ先

新 STRAMD 運営事務局

e-mail : info@stramd.asia

〒107-0062 東京都港区南青山 2-24-15

青山タワービル 13F

tel : 03-3479-7382



STRAMD は2010-2012年の
3年間、渋谷 桑沢デザイン研究所に置かれた講座。
本冊子はその記録集である。

新STRAMDは
2013年度より青山通り外苑前へ。
<http://www.stramd.asia>