

グッチもデザイン思考なのか？

ーヨーロッパラグジュアリーブランドから考えるイノベーションー



デザイン思考とは、デザイナーがデザインを決定する思考過程のこと。デザインに限らず、新事業の開発など、イノベティブな仕事に有効だとされています。具体的には、「①共感(ユーザー視点) → ②定義(ニーズ) → ③概念化(アイデア) → ④試作 → ⑤テスト」のプロセスです。特に目新しいことではなさそうですが、①→⑤を直線的に行って終了、ではなく、改善や再考を重ね、①～⑤を行ったり来たりしながらよりよりアイデアを追求することに意義があります。

また、アート思考と呼ばれる方法論もあります。アーティスト(芸術家)の自由な発想・創造の応用で、デザイン思考を補完するものとされています。今回は、これらの仕事を革新する方法論について深く考えたいと思います。

ゲストスピーカーは、杉林弘仁さん(ストラマネジメント株式会社取締役、近畿大経営学部講師)。昨年はレクサスについてご講義いただきましたが、長年、ヨーロッパのラグジュアリーブランドの研究に携わっておられます。ご自身が経験されたバリー(スイス)の製品開発の実態に加え、グッチ(イタリア)の研究を通した「意味のイノベーション」に関する知見をご提供いただきます。

杉林さんは、デザイン思考からアート思考への「進化」がイノベーションの鍵だとの仮説をお持ちです。両者の違いを理解したうえで、実務に適用するうえでの注意点、さらにはそもそもイノベーションに方法論はあるのかなど、参加者のみなさまと忌憚のない意見交換をしたいと思います。

グッチと言えば、レディー・ガガ主演で昨年公開された映画『ハウス・オブ・グッチ』の強烈なストーリーが思い起こされます。創業家の醜聞までがブランド価値に貢献するかのよう、昨年の業績は絶好調。思考法の議論とともに、ビッグブランドのたくましさや仕事の実態を感じられる場にもしたいと思います。

※なお、杉林さんは今春、神戸大学で経営学の博士号を取得されました。日本企業のブランディングに関する博士論文が書籍として出版される予定ですので、年末頃に記念の勉強会を予定しております。

日時 2022年7月30日(土) 14時 ~ 17時20分
(終了後、リアル参加者の有志で懇親会を予定しています)

場所 リアル会場: 若杉大阪駅前ビル7階会議室
オンライン: 前日までに zoom の URL を配信します

人数 20名程度

会費 3,000円(リアル参加者のみ、税込)

お申込み こちらのサイトからお申込み下さい
<http://www.zeta-consulting.jp/>

主催 ゼータコンサルティング株式会社

