

Management Of Design

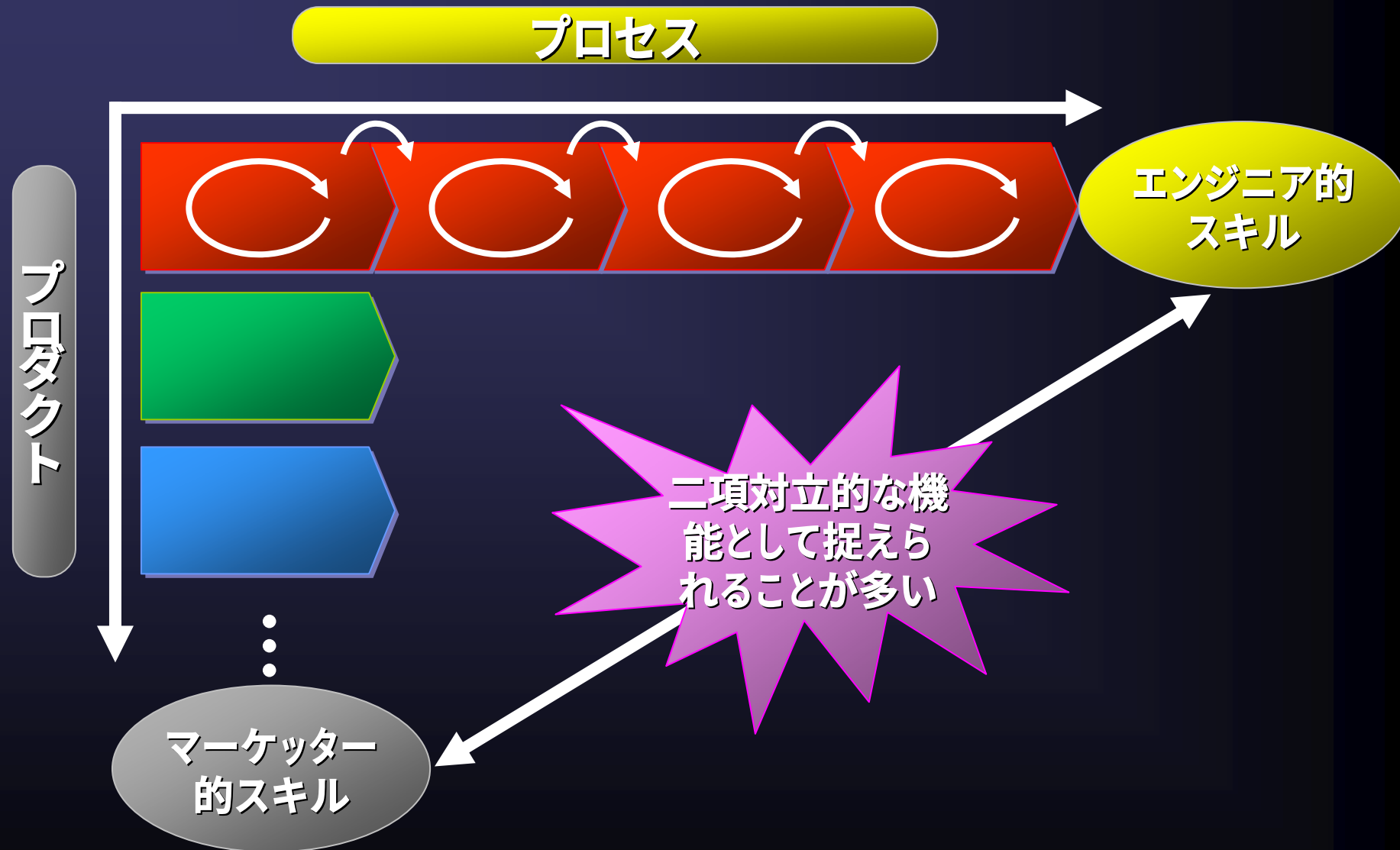


MoD: イノベーションをデザインする
～感性科学／メディア芸術／マネジメント～

早稲田大学国際情報通信研究センター／
国際大学グローバルコミュニケーションセンター
森 祐治



イノベーションには「プロダクト」と「プロセス」の2つがある



プロダクトはクリエイティブ、プロセスはエンジニアリング

プロセス

いかにして、効率的な生産・流通を実現するか

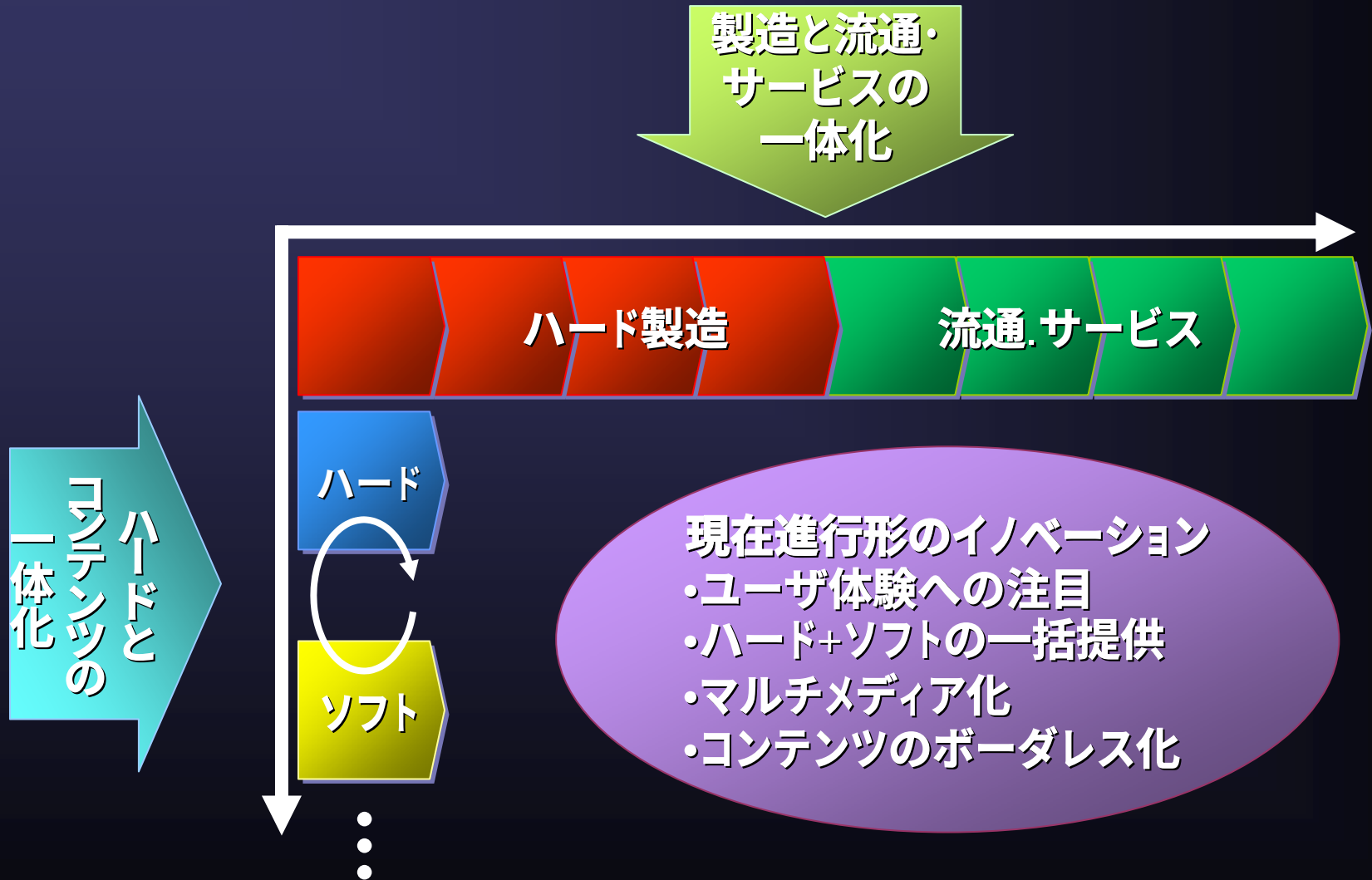
||
工学的手法

プロダクト

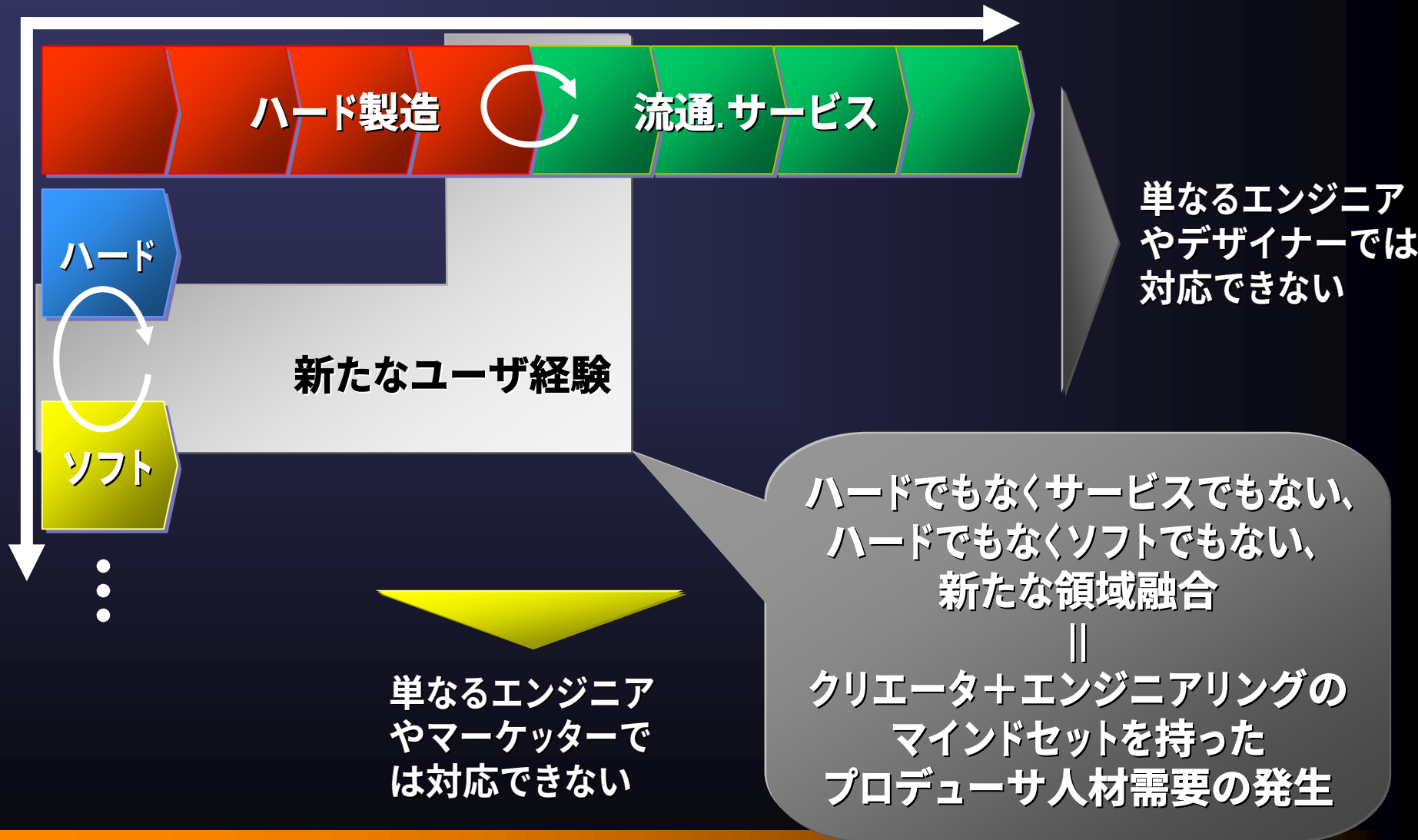
いかにして新たな商品を
開発するか
= クリエイティブ手法

ハード中心の世界観では、
プロダクトとプロセスの二分
は相克しながらも、細分化・
専門化によって担保できた

デジタル+ネットワークでプロセスとプロダクトが拡張・融合



イノベーション領域融合をどう扱うか？



新たな領域の「デザイン」を実現する「マネジメント」スキル



すでに欧米ではボーダレス人材の活躍が活発化

米国メディア・スクール:

(例: USC, NYU, UCLA, AFI等)

- 他プロフェッショナル・スクール (ビジネス、法律、行政など)と単位互換プログラムを用意し、同時に複数の学位取得が可能
- 産業最前線と教員・学生が行き来しやすい柔軟な履修条件

デザイン・コンサルティング

(例: NN/g, IDEOなど)

- 単にインダストリアル・デザインだけではなく、ユーザ経験を核に商品コンセプトから流通までをデザイン
- 外部人材の積極活用により、柔軟で流動性の高い組織を実現

産業インキュベーション:

(例: Finland TAKES, Stanford 財団など)

- 大学が投資家となって、研究ではなく事業としての成功を支援
- 学内の専門家人材候補生を積極採用し、実践家とチームを組んで経験をつませる

MBAでもMOTでもなくMoD

