

博士論文要旨

論文題名：デザイン・ドリブン・イノベーションの実証 -知的財産情報の分析-

立命館大学大学院
テクノロジー・マネジメント研究科
テクノロジー・マネジメント専攻
博士課程後期課程

ふりがな まえかわ ともひろ
氏名 前川 知浩

新商品の開発の中で「意味」は益々重要になってきている。デザイン・ドリブン・イノベーションという概念が近年脚光を浴びつつあるが、これは商品の審美性を高めることではなく、その商品に新たな「意味」を与えることでイノベーションを起こす概念である。このため、コンペティティブ・インテリジェンス活動においても、単に技術情報をリサーチするだけでは不十分であり、商品の「意味」をリサーチする必要がある。外国人にとって重要な「意味」を効果的に商品に導入できれば、自社ビジネスをグローバル・ビジネス環境下で優位に展開することに繋がる。ところが、商品の「意味」に関するインテリジェンス活動の先行研究例は未だ少ない。その理由はデザイン・ドリブン・イノベーションの実証研究が進んでいないからである。

本論文では、デザイン・ドリブン・イノベーションの実証研究を行うことを目的とする。一番目に、ゴルフのアイアンクラブに関する意匠権の分析を通じて、デザイン・ドリブン・イノベーションの実証を行った。そして、デザインに包含された技術的思想を、特許情報を媒介にして読み解く手法を提案することができた。二番目に、ゴルフのアイアンクラブに関する意匠権のデザイナーの分析を通じて、デザイン・ドリブン・イノベーションの実証を行った。企業がどのようなデザイン開発チームの編成を行ったのかを読み解く手法を提案することができた。三番目に、化粧品容器に関する意匠権の分析を通じて、デザイン・ドリブン・イノベーションの実証を行った。企業がどのようなデザインを外部デザイナーから導入したのかを読み解く手法を提案することができた。四番目に、飲食品の特許に記載された官能評価ワードの分析を通じて、デザイン・ドリブン・イノベーションの実証を行った。企業が日・米・欧の市場攻略に向けて、どのような商品開発を行ってきたかを読み解く手法を提案することができた。