**CCDO協同事業委員会**

2021年1月12日（火）18:30〜21:00　（Zoom会議）

出席者: 9名

委員：　岩佐(委員長)／渡辺（副委員長）／安楽／佐伯／佐藤／和田

オブザーバー：　安藤会長／鯉江（広報委員長）／黒田（副事務局長／議事録作成）

**デザインシリーズセミナー**

（岩佐委員長）

**○プレイベントの開催日程について**

　先日の理事会では特に日程を確定していない。

　委員会で日程を決めてアナウンスした方がよい。

　3月後半は繁忙期で参加者を集めるのが難しいので3月第２週くらいで検討。

→ 3月8日（月）19:00~21:00に決定

**○銀行口座開設について**

岩佐委員長が口座を持っている三菱UFJ銀行小牧支店で相談、開設は可能。

　広報する上で小牧支店では都合が悪いのではないかと思い、名古屋営業部で開設した方がよいと考える。

　本日の委員会で皆さんの意見をうかがってから決めたい。

銀行で確認したところ、委員会名義でも口座開設はできるが届出印や申請書類作成が必要。委員長が替わった時は申請

が必要。

今後委員長が変更する場合も考えて利便性がよい支店で開設したほうがよい。

　→　名古屋営業部で開設申し込みする。

(渡辺副委員長)

**○プレイベントに関して**

テーマの設定、趣意書の内容、役割分担、予算について協議したい。

　(テーマ：渡辺・佐伯で案を検討)

□全体テーマ：ビジネス環境の変化とデザインの役割

　□分科会テーマ(案)

　 ・Withコロナ時代のマーケティング戦略

・ビジネス活動のオンライン化

・デザイナー、ビジネス戦略を描く

・Webビジネスを活性化させるデザイン

・商品・サービス開発のデザイン

　　メインテーマだけだとやや抽象的なので、分科会テーマを設定した方が参加意識がわくのではないかと考えた。

　　5つの分科会テーマはセミナーのフライヤー表面のフレーズを引用している。

　　これらの内容はデザイナーが共通して抱えている課題だと思う。

　（委員の意見）

　＊このテーマでCCDOのメンバーが積極的に参加したいと考えてくれるかがポイント

　＊参加しやすいテーマと考えると、インテリアやプロダクトなどデザイン分野に関連するような表現に持っていった方

がわかりやすいのでは？

　　デザインをプロセスのデザインと捉えるか、結果として得られた製品や空間やグラフィックと捉えるか。

　　例えば「ビジネスを活性化させるデザインの提案」を「ビジネスを活性化させる居住空間のデザインの提案」とすれ

ば、もっと具体的になって参加しやすくなると思う。

＊デザインという言葉から考えれば「プロセス」だと思う。

　＊フライヤーで表現しているアピールポイント項目は幅広いジャンルをカバーしている表現。フライヤーでうたう以上主催者側もこの表現についてきちんと見識を深めておくことが必要だと思う。そのためにも分科会テーマに設定した。

　＊もう少し噛み砕いた表現が必要だと感じる。

　＊プレイベント分科会テーマは何かこれで結論を出すというわけではなく、ディスカションの運営がスムーズに行くか

を確認するためなので、参加者を多く集める仕掛けが大切。

　　プレイベントはCCDOのデザイナー対象なのでもっと絞り込んでもよい。

＊デザイナー対象ならこうしたテーマはなおさら必要ではないか？

　＊あまり複雑に考えても仕方ない。

＊分科会テーマは５種類必要なのか？プレイベントであれば現在皆に共通する事項、このコロナ禍で仕事の環境が

大きく変わった影響とか、今後どうしていくかなどのテーマの方が実感が湧くのではないかと思う。

プレイベントでは、まずはディスカッションできる環境を整えることが大切だと考える。

　＊デザイナーとしてクライアントに提案する以上、このアピールポイントに掲げるような項目は専門知識や問題意識と

して持つべきものだと思う。これらをきちんと意識していれば専門性のクオリティも保てるのではないか。

　＊本番のセミナーは講師のレクチャーによる導入があるのでディスカッションもしやすい。

　＊日経新聞に「デザイナー、ビジネス戦略を描く」という記事が掲載されていたが、こうした記事が出るぐらい最近デ

ザイン思考は注目されている。これから求められるデザイナー像にはこうしたアピールポイントについて語れないと

いけない、新たな問題意識を持ってもらう必要がある。

　＊デザイナーのディスカッションなので目指すところが高い方が面白くなると思うが、今回のテストケースでは話が弾

むような曖昧なテーマの方がいいかもしれない。

　＊グループディスカッションの経験から見ると、一番やりやすいのは「あなたは・・」の主語から始まって「こうした

状況でどうしますか？」の疑問形で進めると、自分の業務と課題とを照らし合わせて語りやすい。抽象的な言葉だけ

だと自分にそこまでの知識・見識がないと語りにくく、置き去りにされてしまい討論にならないことがある。

平易な形でグループ討論できるのが望ましい。

例えば「withコロナ であなたはどう変えていきますか？」という問いかけの方が意見を出しやすい、参加者全員が

意見を出せる問いかけ。自分の問題意識として捉えられる方が話しやすい。

　＊例えば「コロナ であなたは〇〇しましたか？」と問えば他の人の答えやアイデアがヒントになり今後のセミナー

のアイデアにつながっていくこともあるので、その方法はよいと思う。

＊ファシリテーターが誘導していけばよい。

＊事前に議論を深めるための資料が必要かもしれない。

＊メインテーマ「ビジネス環境の変化とデザインの役割」があるので、分科会テーマ案はキーワードの認識（手持ちの

ネタ）でよいのではないか。

　＊「マーケティング戦略」「オンライン化」「ビジネス戦略」などのシンプルなキーワードでよいのではないか。

＊メインテーマの「ビジネス環境」という言葉は「市場環境」と表現した方がもっとアイデアにつながるのではない

か？

＊「ビジネス環境」がデザイナーとしての「ビジネス環境」なのか一般的な意味なのかは、はっきりさせておいた方が

よい。

　＊「市場環境」という言葉だと株式のイメージ。

　＊これについては議論しても仕方ないので「ビジネス環境」の表現のままでよい。

→　分科会テーマは設けずキーワードとする

　「マーケティング戦略」「オンライン化」「デザイン戦略」「ビジネスの活性化」「商品・サービス開発」

○役割分担（案）

・プレイベントと本番は役割分担を同じにしておいた方がやりやすい。

　・5つのキーワードを参考にグループディスカッション

　・書記：イラストやディスカッションで出てきたキーワードなどを記録

　・下記の案で担当のスケジュールを確認。予備要員も想定。（オブザーバーがフォロー）

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 司会 | 岩佐 | | |
| Zoomホスト | 安藤  佐伯 | | |
| 分科会 | グループ | ファシリテーター | 書記 |
| 1 | 和田 | 安楽 |
| 2 | 佐藤 | 原 |
| 3 | 須賀 | 金子 |
| 4 | 渡辺 | 藤森 |
| 5 | 向井 | 加藤 |

(岩佐委員長)

**○趣意書**

　岩佐委員長が作成した趣意書案の検討、校正。

　渡辺副委員長が作成した予算を追加、修正した趣意書原稿を後日委員にメール送信するので最終確認してほしい。

(渡辺副委員長)

**○予算**

　予算案の説明。

　項目名、単価設定の訂正など。

今後の予定

後援依頼先へのアポイント。

コロナ禍の状況で直接訪問は難しいと思われるが、後援依頼先には事務局長から打診してもらう。

1月中に依頼をしたいが相手先の回答によって対応を決める。

●次回　協同事業委員会

2021年1月26日（火）18:30〜　Zoom会議