

( 続紙 1 )

京都大学	博士 (経済学)	氏名	小山 太郎
論文題目	イタリアのデザイン思考とデザインマネジメント		
(論文内容の要旨)			
<p>本論文は、企業経営においてデザインの役割に注目が集まる中で、国際的に影響力のある高級ブランドとして展開される諸企業における、イタリアのデザインおよびデザインマネジメントの原理を実証的に解明しようとした研究成果である。</p> <p>本論文の構成は次の通りである。</p> <p>第1章では、イタリアのデザインの特徴は何かについて、原理はバロックにまでさかのぼること、官能的であること、けっしてラグジュアリーではなく逆に無階級社会というユートピアを理念とする、などを示した。</p> <p>続く第2章では、イタリアのデザイン理論家たちの系譜をふまえ、デザイナーは人文学、社会科学、自然科学という3つの要素を勘案し、精神科医・哲学者・建築家・詩人・化学者・企業家などさまざまな社内外の人々が協同で問題の美的解決を図るものであるという固有の特徴を示した。</p> <p>第3章は、さらに人文学という側面ではデザインが詩情を伴うという点について、社会科学という側面では「人間を幸せに居心地よくする」という倫理的な観点からデザインされるという点について、自然科学という側面では人間工学的観点から素材選択がすすめられるという点について明らかにした。</p> <p>第4章では、イタリアのデザインマネジメントの原理を明らかにするために、『デザイン・ファクトリー』に採録されているデザイン起業家のインタビューについてテキストマイニングを行い、起業家、デザイナー、模型制作職人(モデラー)の三者間協同、国際見本市への出展、「グッドテイスト」などの特徴を抽出した。そして、ベルガンティのデザイン・ドリブン・イノベーション理論は、イタリアのデザインマネジメントの特徴をとらえそこなっていると主張する。</p> <p>第5章では、前章でデータとして採用した家具ブランドのデザイン起業家のインタビューについて、カッシーナをはじめとする、それぞれのブランド、起業家についてテキストマイニングを行い、具体的な事例分析をすすめた。</p> <p>第6章では、イタリアの照明企業7社の事例分析を行い、各社のデザインマネジメントを明らかにし、デザイナー・ポートフォリオの管理という課題を提示した。</p> <p>第7章は、高級自動車(フェラーリおよびマセラティ)を対象にデザインプロセスを検討し、系統的な様式美を継承する、あるいは創造するという伝統と革新の課題を示した。</p> <p>終章では、本研究の主張を整理し、「生活世界を構成している具体的なモノの美学的変遷(歴史)を、市民層にとっての新たな教養であると再定義すべき」「文化としての『美しいライフスタイル(衣食住)』が富を生み続ける仕組みを創ることができよう」などとして、日本の産業の未来に対する問題提起を行った。そして、今後の研究課題として、ヨット、医療機器など他業界のデザインプロジェクトを研究すること、職人企業論について検討することなどを挙げている。</p>			

(続紙 2 )

(論文審査の結果の要旨)

本論文は、企業経営において管理主義的なアプローチの限界が指摘され、イノベーション、それを主導するデザインの役割に注目が集まる中で、その独自性によって国際ブランドとして影響力を有するイタリアのデザインおよびデザインマネジメントの原理を実証的に解明しようとしたものである。

本論文の第1の意義は、国際的にブランド力を有するイタリアのデザインおよびデザインマネジメントの原理について、実証的に体系的に提示した点である。アメリカのIDEOに代表されるデザイン思考はソリューション志向であるのに対して、イタリアのデザインおよびデザインマネジメントが環境や文化、ライフスタイルを含むホリスティック志向である点が独自であり、家具、照明など単品主義のデザインではなく、互いの相乗効果により全体としての生活環境を生み出す点はその決定的な特徴であることを明らかにした。本研究は、イタリアでのデザイン研究ならびにデザイン起業家インタビューを通じて、上記の主張を実証的に提示した先駆的な研究と評価できる。

本論文の第2の意義は、イタリアのデザインマネジメントについて、デザイン起業家のインタビューなどをもとにテキストマイニングを行い、家具、照明、自動車の事例を多く取り上げて、具体的な内容、特徴を明らかにした点である。国際的に高く評価されるイタリアの諸企業、ブランドのデザインプロセスについて具体的に示すことで、イタリアのデザインマネジメントの多様性と本質を示した。

本論文の第3の意義は、イタリアのデザインマネジメントを説明するものとして理解されてきた、ベルガンティのデザイン・ドリブン・イノベーション理論がイタリアのデザインマネジメントの本質的特徴をとらえそこなっていると指摘して、その限界、問題点を提示した点である。そして、イタリアのデザインマネジメントが「グッドテイスト」などに代表される、人文学、社会科学、自然科学という3つの要素を勘案し、「人間を幸せに居心地よくする」という倫理的な生活様式、新たな教養を提案するという原理を有していることを示した点は、独自の解明であるとして評価できる。

しかしながら、本論文には課題も残されている。まず、デザインマネジメントを明らかにするという点での学術的な理論的基礎づけが不足している。つぎに、イタリアのデザインマネジメントの独自性を実証的に明らかにするためには、アメリカ、ドイツのそれとの国際比較研究が求められる。

もともと、これら残された課題が本論文の本質的な価値を低下させるものではない。よって、本論文は博士（経済学）の学位論文として価値あるものと認める。また、令和3年8月3日、論文内容とそれに関連した事項について試問を行った結果、合格と認めた。

## 学識確認のための試問の結果

氏 名 小山 太郎			
(試問の科目・方法・判定)			
	(科 目)	(方 法)	(判 定) (備 考)
<u>専攻学術</u>			
	日本経済史	口頭	合格
	マーケティング論	口頭	合格
	デザイン学	口頭	合格
<u>外国語</u>			
	英語	口頭	合格
	イタリア語	口頭	合格
(試問の結果の要旨)			
上記のとおり、専攻学術及び外国語の学力に関する試問の結果、本学大学院博士課程を修了した者と同等以上の学力を有することを確認した。			
令和3年 8月 3日			
試問担当者氏名	若林 靖永 (主査)		
	田中 彰 (副査)		
	原 良憲 (副査)		