

トピックス2026 企画書

異業種交流勉強会“トピックス”



トピックスとは

トピックスは、2008年から続く、**異業種の企業内クリエイティブ人材が業界横断で集い、つながり学び合うコミュニティ**です。

その発端は、日産自動車向けに弊社が毎年作成していたトレンドレポート“TOPICS”（Trend Overview Portal Information Clips）。

このトレンドレポートを1社に閉じることなく、異業種のデザイン人材で共有し、議論することで、日本のインハウスデザイン組織の視座を高めようというところから始動しました。

トピックスとは

今年で**19**年目。

企業内における「クリエイティブ組織の価値」を高めるため毎年、時代の兆しや市況に合わせてテーマを設定し、

これからの組織のあり方、人材のあり方を共創して考え続ける場です。

トピックスには、累計 **40**社の企業にご参加いただいております。

2025年参加企業：12社

- ・ エレコム株式会社
- ・ コクヨ株式会社
- ・ 株式会社JVCケンウッド・デザイン
- ・ 株式会社竹中工務店
- ・ 株式会社タニタ
- ・ 東洋製罐グループホールディングス
- ・ 三菱重工業株式会社
- ・ 三菱電機株式会社
- ・ TOTO株式会社
- ・ 株式会社デンソー
- ・ JUKI株式会社
- ・ 株式会社小松製作所

< 過去ご参加企業名 >

アイシン精機株式会社、株式会社オーテックジャパン、花王株式会社、カシオ計算機株式会社、キヤノン株式会社、コーセーコスメポート株式会社、サントリービジネスエキスパート株式会社、サントリーホールディングス株式会社、株式会社島津製作所、シンフォニアテクノロジー株式会社、大日本印刷株式会社、株式会社東海理化、株式会社東芝、東レ株式会社、日産自動車株式会社、日本電気株式会社、任天堂株式会社、パイオニア株式会社、パナソニック モバイルコミュニケーションズ株式会社、パラマウントベッド株式会社、ピジョン株式会社、富士フイルム株式会社、三井デザインテック株式会社、株式会社明治、ヤマハ発動機株式会社

トピックスに参加して得られる成果/解決できること

1

他社事例から学ぶ、デザイン組織の変革 と将来像を描くための実践知の獲得

他社の取り組みを間近に学ぶことで、自社と共通する課題や解決アプローチの実践知を得られます。

それによって**自社に活かせる示唆を得て、ビジョンや戦略、そして施策立案に役立ちます。**

トピックスに参加して得られる成果/解決できること

2

他社/他者との対話から始まる 次世代リーダーへの成長

ミドルマネージャーや若手が、他社／他者との対話を通じて自らを俯瞰し、課題認識の視座を高め、各自のミッションの重要性を認識することが出来ます。
同プログラムの共創ワークを通じて、時代と共に必要となる変革を推進するリーダーへと成長することが出来ます。

2025年度テーマの振り返り

『インナーコミュニケーション（デザイン組織の価値発信）』

*最終回各社発表資料より

- ・経営層にとって魅力的な組織＝「売上」「企業価値・存在意義」を作る組織
- ・おもしろいことを提案・実現できる集団と会社から信頼される
- ・相手を心から歓迎し、親切にもてなす精神や行動をおこなう
- ・越境
- ・事業部担者やPMの意思決定や主体性を促進する「背中」をおすコミュニケーション
- ・「言語化、視覚化、仕組化」をする
- ・グレーゾーンを拾いまくって、ソリューション作りからしっかりやる
- ・コト価値だけでなく、モノ価値だけでなく、その両輪を実現する
- ・期待の先まで、伴走する。
- ・脱ご用聞き
- ・デザイナービジネスー技術の距離感に注意しながらデザイン部だからこその仮説を導く
- ・他部署に寄り添う姿勢
- ・インナーブランディングの必要性
- ・「ハブ」としての役割を社内に発信
- ・「未来視点と戦略的思考を発信」
- ・「未来を支える役割」としての存在感を示す
- ・目指すべき理想の未来を定義する
- ・現実を理想の未来に描き変える
- ・社内のハブ空港
- ・全社方針を踏まえたデザインロードマップ
- ・「製品デザイン」から「ブランドデザイン」
- ・無形資産の企業ブランドを向上させる
- ・ブランドアンバサダー
- ・デザインは特別ではなく、別の視点を持った仲間

外部環境が加速度的に変化する中で、インナーコミュニケーションは組織にとって避けて通れないテーマ。

求められているのは、風通しを良くすることにとどまらず、

デザイン組織の活動をいかに全社変革の先導役へと高めていくか。

その視点こそが、これからの組織の成長を左右する鍵という結論に。

2026年度テーマ

『インナーコミュニケーション／クリエイティブ組織の再定義』

2025年度は「インナーコミュニケーション」という活動テーマで、デザイン組織の価値発信の方法をアップデートする為の様々な知見や経験の共有、そして今後に向けた視点を紡ぎだすことが出来ました。

最終回では、「他部門を巻き込む」「経営とデザインの関係」「脱ご用聞き」など「組織の中で信頼と共創を生むデザイン組織のあり方」について多くの示唆が得られました。

2026年度はそれらを踏まえて更に核心に迫るテーマとして、

「クリエイティブ組織の再定義」 を掲げます。

これまでのインナーコミュニケーションの論議をベースに、そこでは論議できなかった
新たな二つの軸をテーマに、組織の戦略的なチカラの醸成を目指します。

2026年度テーマ

『インナーコミュニケーション／クリエイティブ組織の再定義』

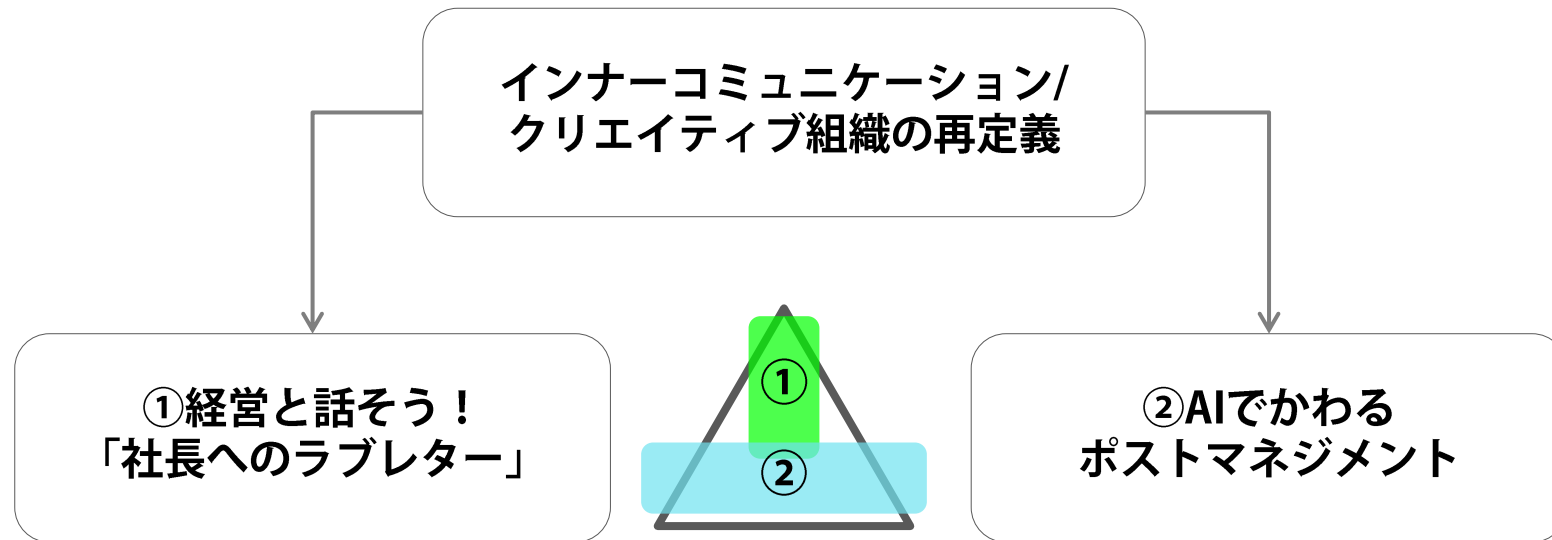
1つ目は、「縦の軸」

デザイン組織がより経営に寄り添い**経営判断の背景にあるインサイトが理解できるスキル**を身に着ける。

2つ目は、「横の軸」

生成AIをはじめとする急速な技術進化を前提に、**デザイン組織がAIをどのように活用・評価・創造し、時には現状破壊をしていくか**というデザインマネジメントの視点で、業種を超えて互いに学び合います。

これらを通し、**自らのデザイン組織の価値を再定義**し、持続的な成長に向けた新たな可能性を構想します。



2026年度テーマ

『インナーコミュニケーション／クリエイティブ組織の再定義』

2つの軸の内容は、下記です。

①（縦の軸）経営と話そう！「社長へのラブレター」—— 経営者・経営層に向けてデザイン組織は何を伝えるべきか
2025年に繰り返し議論された「誰に伝えるのか」という問いに対し、**今年度は“経営層”へ焦点を当てます。**

企業価値や財務の基礎、経営者インタビュー、統合報告書の要点を学び、経営者が何を重視して意思決定しているのかを理解します。

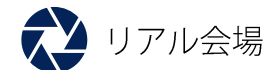
その上で、**経営層の思考や思いからインサイトを捉え、デザイン組織としてどんな価値やビジョンを示すべきかを**考えます。これらを通じて、経営層との理解と信頼を深め、経営に資するクリエイティブ組織としての存在意義をより明確にしていきます。

②（横の軸）AIでかわるポストマネジメント—— プロセスとマネジメントのこれから

生成AIをはじめテクノロジーの急速な進化は、現場のクリエイティブプロセス・チームマネジメントのあり方に大きな影響をもたらしています。

2026年度は、**AI時代のクリエイティブ組織が直面する課題と可能性を整理し、「人の創造性」「チームのコラボレーション」「クリエイティブの質」をどのように更新していくかを**議論し、そこで得た視点や手法を自社に持ち帰り、現場実装に役立てます。

2026年度実施プログラム



6月



第1回
各社クリエイティブ部門
近況共有
@会場未定
4h

1社3名まで

《発表内容》
クリエイティブ組織の
この1年間の活動や
組織の変化について

7月

第2回
AIでかわる
ポストマネジメント
ライトニングトーク
& ディスカッション
4h

1社3名まで

《ライトニングトーク》
クリエイティブ業務に
おけるAIエクストリーム
ユーザー(仮)

〈課外活動〉



若手座談会
1社1名まで
@会場未定

8月

第3回
AIでかわる
ポストマネジメント
ライトニングトーク
& ディスカッション
4h

1社3名まで

《ライトニングトーク》
元大手コンサルティング会社
から独立。AIエクストリーム
ユーザー(仮)

〈課外活動〉



新任リーダー座談会
1社1名まで
@会場未定

8月末

第4回
経営と話そう！
「社長へのラブレター」
オンラインレクチャー
「統合報告書の読み方」
1.5h

1社1名まで
上席役職者

《講師》
株式会社シクロハイジア
代表 小林誠

9月



第5回
経営と話そう！
「社長へのラブレター」
経営者訪問インタビュー
@会場未定
1h/回

1社1名まで
上席役職者

《訪問先想定》
・参加企業の経営者
or
・中小企業の経営者
＋
夜会

10月



第6回
AIでかわる
ポストマネジメント
各社発表
@会場未定
4h

1社3名まで

《発表内容》
7-8月のディスカッション以降、
AI活用がどのようになされてい
るか！
変化のポイントを含め発表

※本プログラムの内容は、予告なく変更となる場合があります。

トピックス2026 参加概要

■ 参加対象部署

デザイン部門 ならびにその他クリエイティブ関連部門の方

■ 納品物

各回参加者リスト、活動報告書

※ 実施プログラム中におけるプレゼンテーションデータに関しては、お渡しできませんのでご了承下さい。

■ 費用

1社様辺り **年間 550,000円（消費税別）**

※ 各回の参加人数は開催ごとに指定させていただきます。概ね各回3～5人を想定。

■ 申し込み締め切り

2026年4月20日（月）

※最大参加社数15社の為、早期に締め切る場合がございます。
参加へのご意向がわかり次第、ご連絡いただけますと幸いです。

■ ご請求時期

プロジェクト開始時（第1回終了後）にご請求書を発行いたします。（6月末発行予定）

※ 請求書発行時期についてご相談がございましたら、別途個別に承りますので、ご連絡ください。

■ 参加企業（五十音順、社名敬称略）

< 2025年度 >

エレコム株式会社、コクヨ株式会社、株式会社小松製作所、株式会社JVCケンウッド・デザイン、JUKI株式会社、株式会社竹中工務店、株式会社タニタ、株式会社デンソー、東洋製罐グループホールディングス株式会社、TOTO株式会社、三菱重工業株式会社、三菱電機株式会社、

< 過去ご参加企業名 >

アイシン精機株式会社、カシオ計算機株式会社、花王株式会社、キヤノン株式会社、コーセーコスメポート株式会社、サントリービジネスエキスパート株式会社、サントリーホールディングス株式会社、株式会社島津製作所、シンフォニアテクノロジー株式会社、大日本印刷株式会社、株式会社東海理化、株式会社東芝、東レ株式会社、TOTO株式会社、日産自動車株式会社、日産モータースポーツ&カスタマイズ株式会社、日本電気株式会社、任天堂株式会社、パイオニア株式会社、パナソニック モバイルコミュニケーションズ株式会社、パラマウントベッド株式会社、ピジョン株式会社、富士通株式会社、株式会社デンソー、富士フイルム株式会社、株式会社明治、三井デザインテック株式会社、ヤマハ発動機株式会社

トリニティ株式会社 内 トピックス運営事務局(担当：兵頭) Tel : 03-5211-5150 e-mail : topics@trinitydesign.jp

ひとの想いから、ビジネスをかたちにする。

モノづくり支援からスタートし事業開発、人材育成まで、私たちはデザインの領域を広げてきました。
いままでもこれからも、わたしたちはみなさまと一緒に悩み・考え、前に進むためのアクションを実行していきます。

RESEARCH

社会の課題を見つけ、人の視点から
次のアクションを提示。

- デザインリサーチ -
未来予測レポート
エスノグラフィ・訪問調査
定量調査（WEBアンケート）
デスクリサーチ
ほか

CREATIVE

バックカスティングで
あるべき姿と価値を創出。

- 製品・サービス・事業開発 -
アイディア開発
デザイン思考
デザイン経営
ブランディング
ほか

EMPOWERMENT

創造力と実践力を身につける
ひとが変わる「場」を運営。

- 人材開発 -
次世代リーダー開発
高度デザイン人材開発
組織の活性化
ほか



トリニティ株式会社

〒102-0094 東京都千代田区紀尾井町3-29 NGA 紀尾井町ビル6階
TEL : 03(5211)5150 FAX : 03(5211)1520 E-MAIL : info@trinitydesign.jp
<https://trinitydesign.jp/>

本資料は、一部機密事項を含んでいる為、無断での担当者以外への配布、
外部の企業や個人への配布・閲覧、及び二次使用は、固く禁止させていただきます。