

気づく考えるつくる伝える デザイン活用術

昨年度の8月号、10月号、12月号、3月号で連載しました「形のあるもの・形のないものを問わず商品には『デザイン』は欠かせませんが、様々な誤解から上手く活用されていません」など【デザインのはじめ方】について触れました。今月号からは、様々な企業活動において、「どこでどんな風にデザインを活用すべきか」など、【デザイン活用術】についてお届けします。

①「商品開発で活用！その1」

第1回と第2回（次回）では、商品開発でのデザイン活用について解説します。

「現場起点の商品開発の進め方」

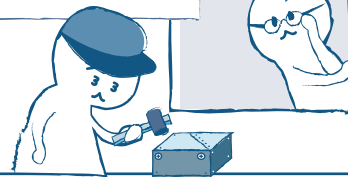
工業製品でも食品でも、原料と技術があれば「モノ」を作り出すことは出来ます。ただし、「作った」だけでは商品になりません。「作れるモノ」を「商品」へと組み替える必要があります。その為の手段・方法がデザインです。

現場の技術を活かした商品開発を行う場合、そのプロセスの中で陥りがちな状況を、「デザインの視点」で変えていきましょう。
※デザイン視点とは、「その出来事に関わる様々な人の立場に立って、気付くための視点です。」

1. 気づく

観察・分析による、価値の転換

ウチはこれといって珍しい技術もないし…



デザイン視点で見てみよう！

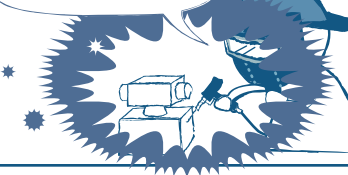
本当にそうでしょうか？
自分の事はなかなか見えないもの。
見る人・切り口・角度を変えれば、
新たな可能性が見えることも。



2. 考える

価値の表現方法の検討、企画

これは面白い！
作れるから作っちゃえ！



デザイン視点で見てみよう！

作れる=お客様が喜んでくれるとは限りません。どんな人がどんな時に嬉しいものか、どんな形だったら手に取ってくれるかを考えましょう。



3. つくる

価値の視覚化・具体化、製造方法検討

ウチで加工出来る素材で作りやすい形を決めたよ。機能は満たしてるから、これでいいよね。



デザイン視点で見てみよう！

作業の都合で妥協してしまうと、商品本来の価値を損なう恐れがあります。商品の「芯」となるセールスポイントは何なのか。それに相応しい「具現化」の方法・程度を考えましょう。



4. 伝える

価値の訴求方法の検討

出来た！！あとは売れるのを待つだけ！



デザイン視点で見てみよう！

出来ただけでは「商品」になりません。お客様にとって適切な媒体、適切な方法でその価値が伝わったことで、売れて初めて「商品」になります。



デザインをすることは単に「つくること」ではなく「計画すること」。商品をお届けたい人、使う場面を想定して、全てのプロセスにおいて「創意工夫」が必要です。

お問い合わせ先

総務相談グループ 知財・研究管理担当（あきた産業デザイン支援センター）

TEL 018(860) 5614 E-MAIL info@idsc-akita.net URL <http://idsc-akita.net>