



デザインとは

欲しいなと思うものを工夫して

感じの良いものにする

考え方です。

長谷喜久一

小学生向けデザイン教科書

「デザインのすすめ方」

(1963年 ポプラ社発行) 序文より

50年以上前に小学生向けに出版されたデザイン教科書がありました。その最初に書かれているのが上の言葉です。

デザイン思考という言葉が浸透しつつある現在ですが、その考え方は半世紀以上前に示されていたのです。

平成30年5月、経済産業省・特許庁は『デザイン経営』宣言を公表しました。『デザイン経営』はデザインを企業価値向上のための重要な経営資源として活用し、ブランド価値を生み、更にはイノベーションを実現する力ともなります。

本書は『デザイン』を経営に活用することの効果を知り易くお示しすることを目的に作成いたしました。皆様の『デザイン経営』導入のきっかけとなりますと幸いです。

P 03 デザインとは...

P 04 INDEX

P 06 「デザイン経営」宣言と九州デザインファイルについて

P 08 デザイン考 (NPO法人 FUKUOKAデザインリーグ)

P 13 九州デザインファイルの概要

- 01 海苔の売り場が、ライフスタイルショップに変わった。
江の浦海苔本舗
- 02 老舗油屋がデザイン一新で販路の拡大に成功。
肥後製油株式会社
- 03 競合が多い中、視点を変えた戦略で取引数が急増中。
めいつの魚ブランド化進行協議会
- 04 商品背景の可視化と、企画・デザインの一新で売上増。
農事組合法人 三笠えのき茸生産組合
- 05 目指すターゲットに向けて「翻訳」したデザイン。
南光物産 株式会社
- 06 老舗のルーツと歴史を表現したブランディング。
有限会社 杉谷本舗
- 07 商品の想いを伝えるブランドロゴの制作で認知度アップ。
山川水産加工業協同組合
- 08 大分県産原木しいたけの魅力を伝えるリブランディング。
株式会社 やまよし
- 09 リブランド後、3年目には売上149%を達成。
崎永海運 株式会社
- 10 既存店と違うアプローチのためのグラフィックの提案。
葉山珈琲 長崎オランダ通り店
- 11 自然の素材のみで作られたお香を世界へ。
馬場水車場
- 12 数年で1クラス増えた高校ブランディング。
瓊浦高等学校
- 13 こども園の強みをシンボル化、より愛される園へ。
小浜こども園
- 14 園の魅力を素直に伝えるためのブランディング。
桧原こひつじ幼稚園
- 15 下町の製作所をブランディングでグローバルに。
株式会社 エイブルフソー
- 16 ブランドの立ち上げから、10年の時を重ねて…。
小倉 縞縞
- 17 移住政策の模索をシカケと捉えた、現在進行形の見せ方。
上毛町役場
- 18 1冊のコンセプトブックを地域ブランディングの起点に。
椎葉村 地域振興課
- 19 子供達が笑顔になる写真を撮るカメラマン。
カシャッと舎
- 20 九州の土地柄に合わせて展開するお土産店ブランド。
JR九州リテール 株式会社
- 21 見える臨床検査室でクリニックの姿勢を伝える。
二田哲博クリニック 天神
- 22 おじいさんの懐(ふところ)で過ごした子どもたち。
公益財団法人 得愛会 松本記念児童図書館 おじいさんの杜
- 23 入学希望者の行列をつくるための名門化ブランディング。
福岡デザイン専門学校
- 24 震災から7年、コミュニケーションのシフトで事業展望を開く。一般社団法人ピースポートセンターいしのまき
- 25 ウェブサイトを利用して、コミュニティ醸成を目指す。
株式会社 未来工房
- 26 “8”をコンセプトにした、2人の医師の歯科クリニック。
きふね歯科
- 27 離島のレストランがゼロから取り組む島外販売プロジェクト。
屋久島ヴィータキッチン
- 28 北九州地酒文化の浸透と魅力発信。093プロジェクト。
北九州三醸造士の会
- 29 博多駅前エリアの賑わいを創出する、仕組みのデザイン。
博多まちづくり推進協議会
- 30 化学ベンチャー x クリエイティブ、無限の可能性。
株式会社 FILTOM

- 31 企業と一丸となって生まれる企画・提案・デザイン。
株式会社 ベルハウジング
- 32 商品企画から情報発信、販路開拓まで一貫して関わる。
筒井時正玩具花火製造所
- 33 積み木からのステップアップ。その第一歩。
合名会社 早田材木店
- 34 親から子へ受け継がれる家具。
株式会社 たかやま
- 35 限られた空間の効率活用と店舗デザインで集客140%UP。
有限会社 ラブラブグローバル菊池
- 36 利用者数が大幅アップしたインテリアデザイン。
公益財団法人 九州経済調査協会
- 37 Interior Design の力で売れる空間創りのアイデア・仕組みを考える。
泉屋 厚狭本店
- 38 地域に信頼を広げつづける歯科医院。
アイ デンタル クリニック
- 39 築93年の旧精米所を地域観光拠点のギャラリーへ改修。
富久千代酒造 有限会社
- 40 仮の設えを用いることで地域資源の活用方法が増えた。
川床振興組合

P 54 問い合わせ先



人の暮らしを豊かにするためにいろいろな物が作られます。それらはみんなデザインされたもの。車のデザイン、テレビのデザイン、宣伝広告のデザイン、建物のデザイン...などなど。

しかし、具体的なカタチにならなくても、いや、もともとカタチがないもののなかにも人の暮らしを豊かにしているものがあるのではないのでしょうか。

人の幸せになることを考え、それを具現化する。広義の意味において、人が意識を持って取り組むこと全てがデザインと考えてみてはいかがでしょうか。

「デザイン経営」宣言と九州デザインファイルについて

九州経済産業局 産業部 サービス産業室

経済産業省・特許庁は、デザインによる我が国企業の競争力強化に向けた課題の整理とその対応策の検討を行い、平成30年5月に『「デザイン経営」宣言』と題した報告書を公表しました。

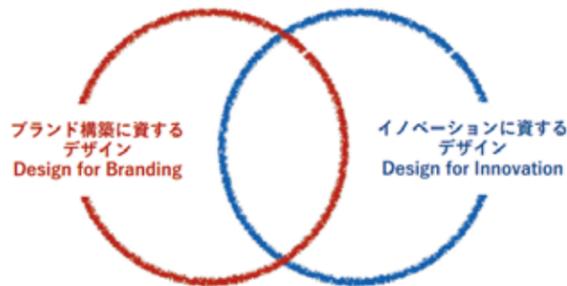
「デザイン経営」の役割

「デザイン経営」の効果＝

ブランド力向上+ イノベーション力向上

＝企業競争力の向上

「デザイン経営」は、ブランドとイノベーションを通じて、企業の産業競争力の向上に寄与する。

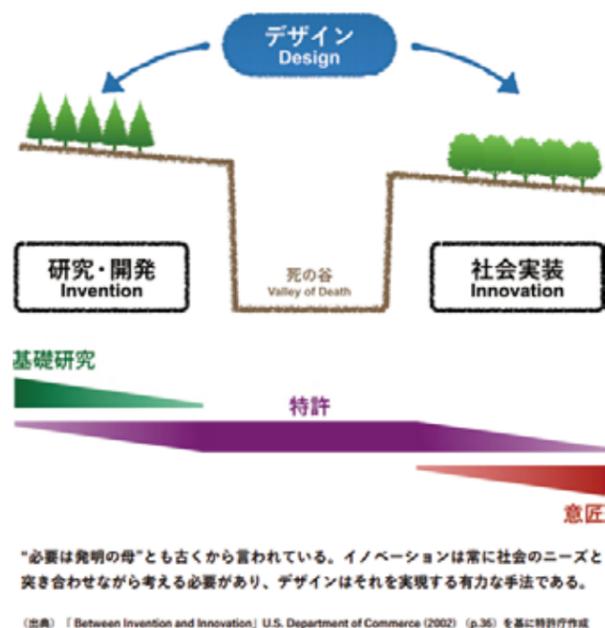


「デザイン経営」は、ブランドとイノベーションを通じて、企業競争力の向上に寄与します。

デザインは、個々の製品の外見を好感度の高いものにするだけではなく、企業が大切にしている価値、それを実現しようとする意志を表現する営みであり、顧客が企業と接点を持つあらゆる体験に、企業の価値や意志を徹底させ、それが一貫したメッセージとして伝わることで、他の企業では代替できないブランド価値を生みます。また、デザインは、人々が気づかないニーズを掘り起こし事業化する営みでもあり、潜在的なニーズと企業の価値と意志に照らし合わせ、誰のために何をしたいのかという原点に立ち返って事業を構想することで、イノベーションを実現する力となります。

発明とイノベーションをつなぐデザイン

イノベーションの本来の意味は、発明そのものではなく、発明を実用化し、その結果として社会を変えることだとされています。革新的な技術を開発するだけでイノベーションが起きるのではなく、社会のニーズを利用者視点で見極め、新しい価値に結び付けること、すなわちデザインが介在してはじめてイノベーションが実現するのです。



「デザイン経営」の実践

「デザイン経営」のための具体的取組

- ① デザイン責任者（CDO,CCO,CXO等）の経営チームへの参画
デザインを企業戦略の中核に関連付け、デザインについて経営メンバーと密なコミュニケーションを取る。
- ② 事業戦略・製品・サービス開発の最上流からデザインが参画
デザイナーが最上流から計画に参加する。
- ③ 「デザイン経営」の推進組織の設置
組織図の重要な位置にデザイン部門を位置付け、社内横断でデザインを実施する。
- ④ デザイン手法による顧客の潜在ニーズの発見
観察手法の導入により、顧客の潜在ニーズを発見する。
- ⑤ アジャイル型開発プロセスの実施
観察・仮説構築・試作・再仮説構築の反復により、質とスピードの両取りを行う。
- ⑥ 採用および人材の育成
デザイン人材の採用を強化する。また、ビジネス人材やテクノロジー人材に対するデザイン手法の教育を行うことで、デザインマインドを向上させる。
- ⑦ デザインの結果指標・プロセス指標の設計を工夫
指標作成の難しいデザインについても、観察可能で長期的な企業価値を向上させるための指標策定を試みる。

「デザイン経営」の実践には、

- ① 経営チームにデザイン責任者がいること。
- ② 事業戦略構築の最上流からデザインが関与すること。が必要条件となります。

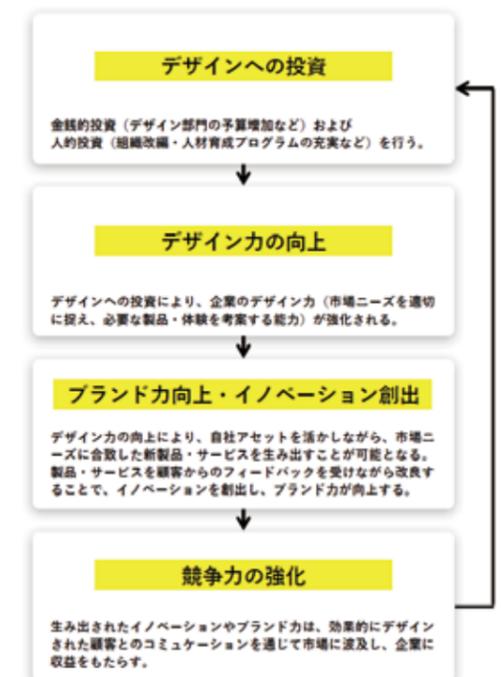
企業が「デザイン経営」を実践するためには、複数の取り組みを一体的に実施することが望ましく、左図に「デザイン経営」のための具体的取組を整理しました。

世界の有力企業がデザインを戦略の中心に据える中、日本では経営者がデザインを有効な経営手段と認識しておらず、グローバル競争環境での弱みとなっています。

——— 以上、産業競争力とデザインを考える研究会「デザイン経営」宣言より ———

九州経済産業局では企業における「デザイン経営」の導入促進を目的とし、平成30年度、序奏、実践の2段階形式のセミナーを開催するとともに、九州地域において、企業等とデザイナーが連携して「デザイン」を活用し、ブランド構築やイノベーション実現につながった事例を中心に収集した「九州デザインファイル」を作成しました。

当ファイル事例は九州地域における事例を網羅しているものではありませんが、企業等とデザイナーの方との出会いの参考となり、「デザイン経営」導入の一助となれば幸いです。



デザイン考 (NPO法人 FUKUOKA デザインリーグ)



デザインは何を生むか

NPO法人FUKUOKAデザインリーグは、「デザインを活用した地域の経済振興」を目的として1996年に任意団体として活動を開始し、2008年からは国内のデザイン関連団体の九州支部やデザイナー、教育機関等が組織するNPO法人として活動しています。

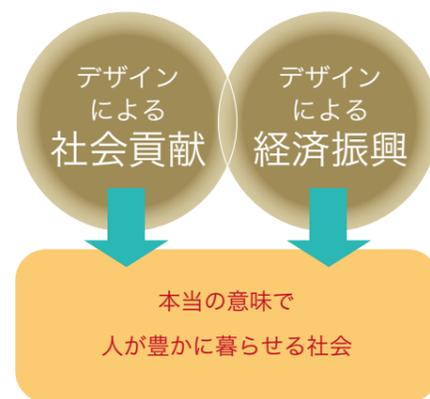
今回、当事業を受託するにあたり、NPO法人FUKUOKAデザインリーグ九州デザインファイル制作委員会にて「デザイン」について整理しました。

デザイン || 人の幸せ

デザインには大きく2つの要素があります。社会性、経済性の二面です。それは、車の両輪でありどちらも大事なものです。その両輪を動かすエンジンは「人の幸せを願う心」だ考えてみてはいかがでしょうか。

人は誰しも幸せになりたいもの。それを原点として、人それぞれの幸せを模索していく。「どんな幸せ感がほしいのか」「どんな幸せ感を提供できるのか」を考え実践していくことが、顧客ニーズに応え、自社の経営理念を反映した商品・サービスに繋がっていくことになるのではないのでしょうか。

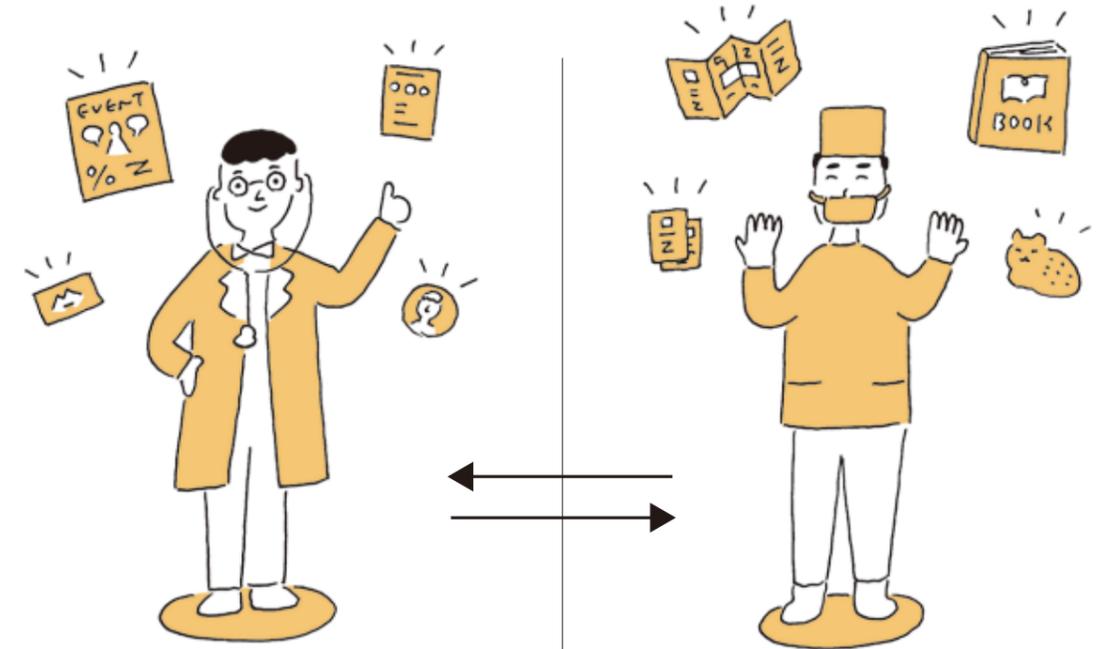
デザインがもたらすもの。それは「人の幸せ」と言って過言ではないと考えます。



デザイン考 (NPO法人 FUKUOKA デザインリーグ)

デザイナーの役割

デザイナーは企業にとって、いわば医者のようなもの。デザイナーのタイプ・役割は下図の様に大きく2つに分けられます。

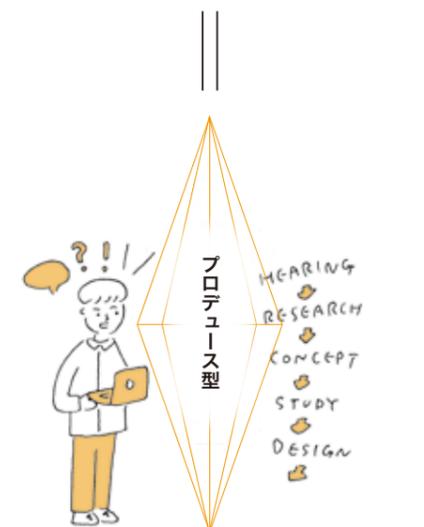


町医者タイプ

患者に寄り添い、持病の把握や健康管理など日常的なお付き合い。根治療法を見据えながら、日々起こる症状には対処療法を施す。

専門医タイプ

高度な施術のスペシャリスト。この人しかできない!的な解決方法(表現)を施し、劇的な解決に導く。

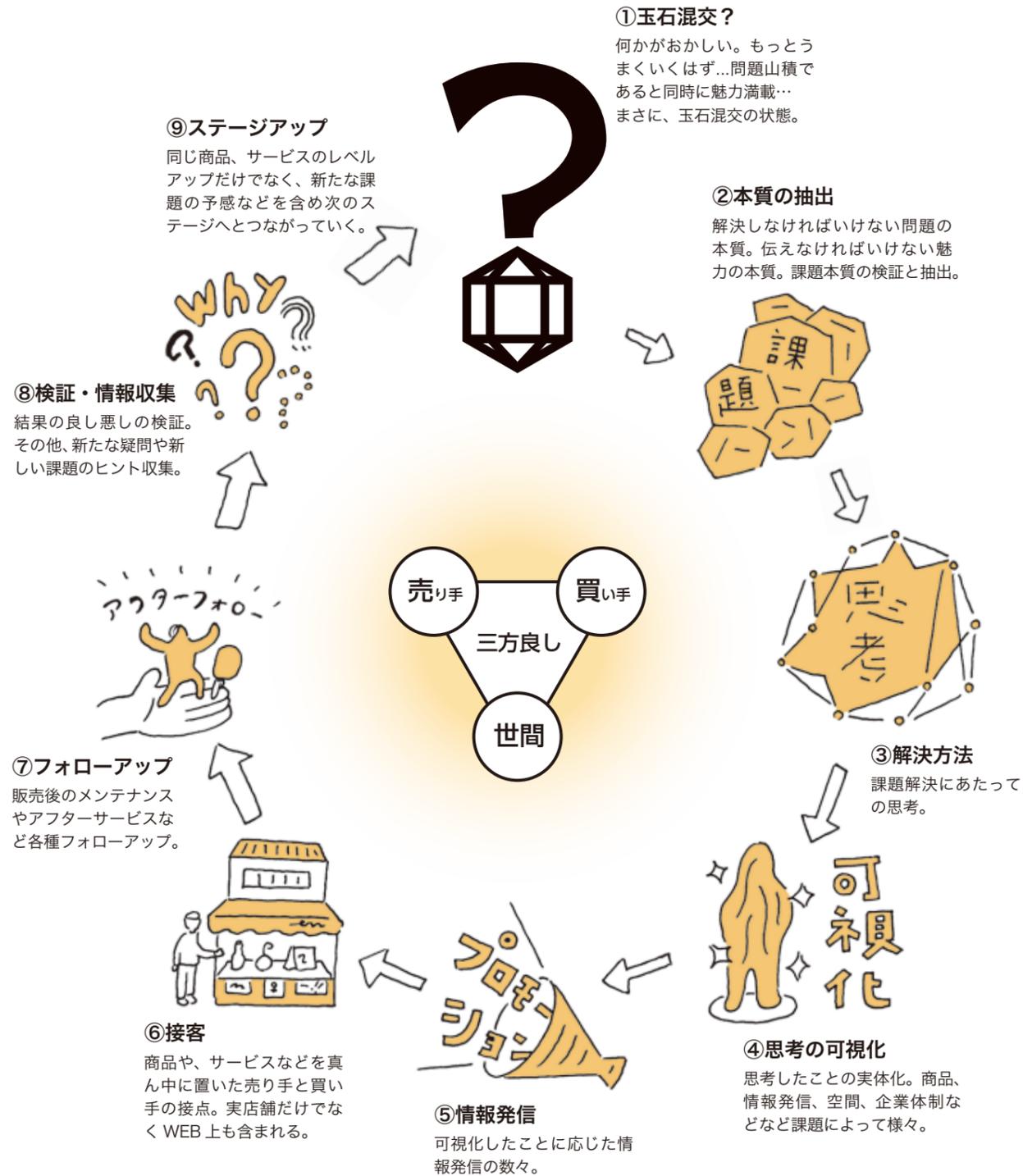


（ヒヤリングを含めプロセスを重視して進めるデザイナー。コンセプトから最終表現まで俯瞰的に遂行する。）



（独創的な表現をより得意とするデザイナー。コンセプトが整った環境を用意することで爆発的な力を発揮する。）

ひとりのデザイナーが案件に応じてタイプチェンジすることもあれば、同じ案件で二役担うこともあります。



左図は、一般的な、デザイナーと企業等によるデザインワークの流れを記したものです。

デザインというと、④の思考を可視化する作業とその結果生まれたもの、その後の⑤情報発信による広報、⑥接客における店舗設計など、いわゆるカタチにすることを指すと考えられがちですが、実は、それ以前の③解決方法、更なる②本質の抽出など、課題をどう捉えるのか?どう考えるか?等も大切なデザインワークなのです。

そもそも、表面化する以前の状態①玉石混交の状態をどう捉えるのか?それ次第でその後の流れが大きく変わってしまいます。そうした意味では、デザインワークにおいて①②③は最重要項目といって差し支えないのではないでしょうか。

平成30年度に経済産業省・特許庁が公表した「デザイン経営」宣言において、(1) 経営チームにデザイン責任者がいること、(2) 事業戦略構築の最上流からデザインが関与すること、の2点が必要条件として挙げられている理由も、課題に取りかかる以前の段階から、経営にデザインの力が求められているということではないでしょうか。

販売後の⑦フォローアップで収集した数々のよし悪しを含めて、全体的な⑧検証・情報収集を経て、さらなる⑨ステージアップに向けた、現状商品・サービスのレベルアップはもとより、新たな課題の抽出につながっていくことになります。

これらに示したデザインワークの恩恵は「売り手」である企業はもちろん、顧客である「買い手」、そして社会全体を意味する「世間」の三者が受けるもの。近江商人が商売の極意とする「三方良し」がデザインワークの根底にあると考えてみてはいかがでしょうか。



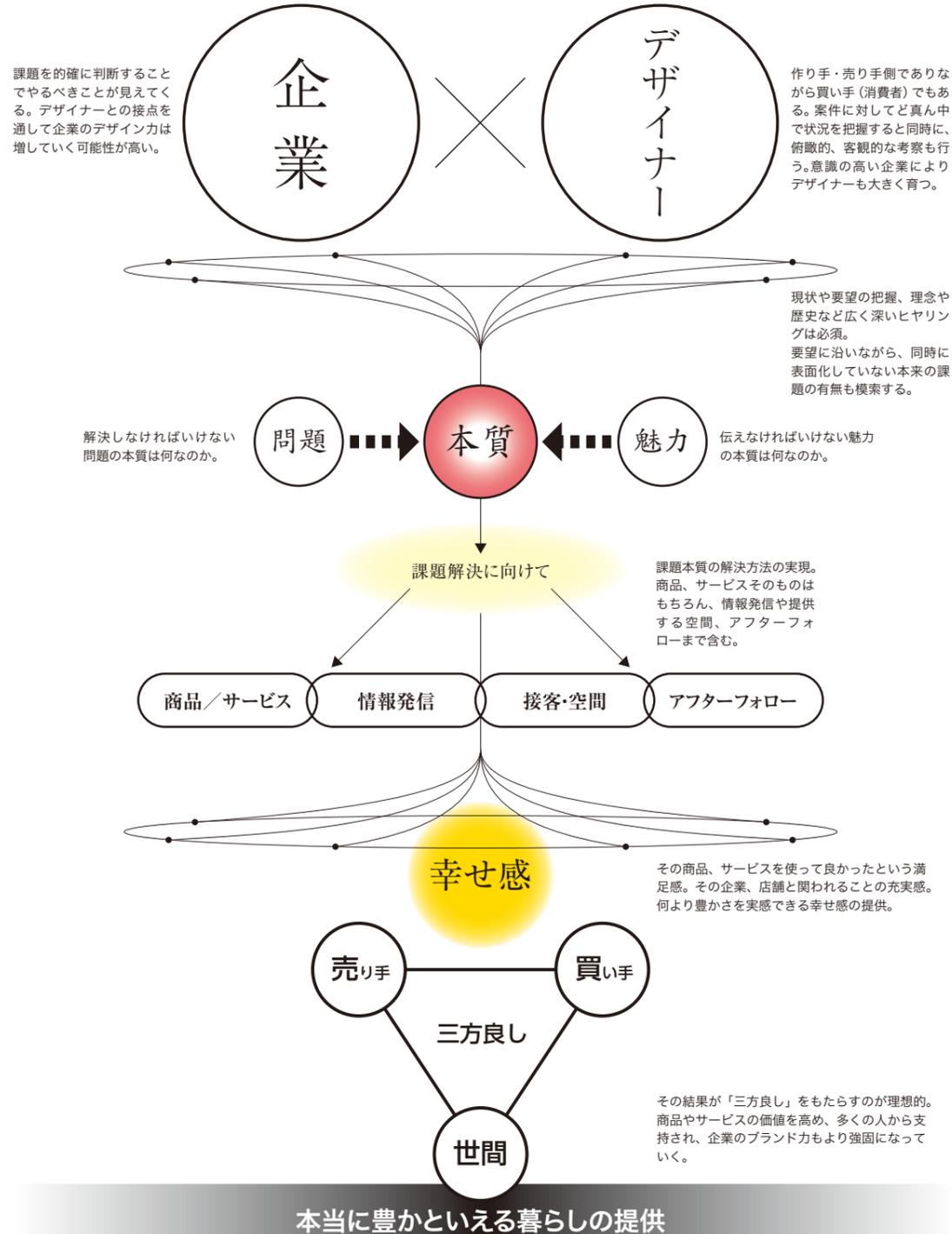
問題が明確に見えない状態からデザインワークは始まっている。販売、アフターフォローを経て成果検証や情報収集が新たな「?」につながっていく。そのスパイラル(①~⑨)は一周で終わることは稀で、何度も繰り返されることでより強固な商品づくり、サービスの提供、企業価値の創造に寄与することになり、ひいては企業のブランド力をより強固なものにしていく。

【デザイン料金について】

デザインワークは左図全体を示すものです。担う案件によってデザイン料金は様々ですが、原則として、①~⑨すべての工程にかかる金額とお考えください。

デザインは企業とデザイナーの共同作業

成果が如実にでているデザインワークの裏には、必ずデザイン意識の高いクライアントがいて、それによりデザイナーの力がより大きく発揮されるものです。価値共有できる両者の出会いが、お互いのデザイン力を高め、課題を的確に解決していくことになると思います。



九州デザインファイルの概要

デザインカテゴリーは多様化しており、ジャンルを超え複合して実施されることで成果をあげている現状にありますが、本書では分かりやすさを重視し、下記の様にカテゴライズしています。

<p>GRAPHIC (グラフィック)</p> <p>広告や、パッケージ、マーク・ロゴ等のVI、CIなどコミュニケーションにまつわる全般の企画・制作を担う。総合ブランディング等の大きなものからチラシ等の小さなものまで幅広い案件に力を発揮する。最終成果物は、ポスターやチラシ、パンフレット、商品パッケージ、書籍など主に印刷物が多い。</p>
<p>SIGN (サイン)</p> <p>屋外や事業所から離れた場所に掲出する屋外広告物は、派手に目立つことよりも景観に配慮し、企業やお店の理念を伝え信頼性や好感を持たれる広告とすることが、企業やお店の支持拡大につながる。建物内のサインは、来訪者の行動を補佐するための案内、誘導などの他に、人の心に感動を喚起させるデザインとすることが、企業やお店での満足感を高め次の来店につながる。</p>
<p>WEBSITE (ウェブサイト)</p> <p>ウェブサイトの構成企画・デザイン。最近では、使用する画像の制作や、コーディングまで担うケースが多い。ウェブデザイナーは見た目のデザイン性だけでなく、サイトの目的に沿ってユーザーに使いやすく、ベンダーが意図した行動にユーザーをリードする役割を重視する。UI(ユーザーインターフェース)、UX(ユーザー体験)など、サービスを使用した際の満足度が最大限得られるよう設計する。</p>
<p>PRODUCE (プロデュース)</p> <p>英語における"produce"は、産出する、生産する、制作するなどを意味するが、デザインにおいては、様々な方法を用いて目的物の価値をあげることも目指す。</p>
<p>PRODUCT (プロダクト)</p> <p>自動車や家電製品などの工業製品に加えて、家具やパッケージデザインなどの製品デザインを指す。スタイリングの良し悪しだけでなく、製品の機能性や安全性、コスト面や生産性など様々なことを考慮したデザインワーク。</p>
<p>INTERIOR (インテリア)</p> <p>建物内部、家具、内装等や乗り物内部のデザイン。建物では商業ビル、店舗売店、ホテル、住居等。乗り物では航空機や自動車、鉄道、船などのさまざまな空間が対象となる。内装材、床材、カーテン、家具、照明等のデザインとの融和が必須でセンスだけでなく多岐にわたる知識が求められる。</p>
<p>ARCHITECTURE (建築)</p> <p>建築はあらゆるものの統合であり、総合芸術と言われる。人間が活動するための空間を内部に持った構造物を、計画、設計、施工して使用するに至るまでの過程全体、あるいは一部。</p>



掲載事例について

- デザインを取り入れたことにより、経営成果(ブランド構築等)がうまれた事例を中心に任意選定しております。
- 当ファイル掲載事例は九州地域における事例を網羅しているものではありません。

以下のデザインジャンルは本書の主旨に照らして割愛または上記カテゴリーに包含。

都市設計/環境/ランドスケープ/インダストリアル/ユニバーサル/ファッション/テキスタイル/ゲーム/パッケージ/キャラクター/イラストレーション/タイポグラフィ/エディトリアル/ブック など

問い合わせ先

経済産業省・特許庁 デザイン政策関係課

経済産業省 九州経済産業局 産業部 サービス産業室
地域経済部 知的財産室

住所：〒812-8546 福岡県福岡市博多区博多駅東2丁目11番1号

電話：092-482-5511(サービス産業室) 092-482-5463(知的財産室)

HP：http://www.kyushu.meti.go.jp/

経済産業省 商務・サービスグループ クールジャパン政策課 デザイン政策室

住所：〒100-8901 東京都千代田区霞が関1丁目3番1号

電話：03-3501-1750

HP：http://www.meti.go.jp/

特許庁 審査第一部 意匠課

住所：〒100-8915 東京都千代田区霞が関3丁目4番3号

電話：03-3580-6920

HP：http://www.jpo.go.jp/indexj.htm

請負事業者

NPO 法人 FUKUOKA デザインリーグ

電話：092-551-0825

住所：〒815-0033 福岡市南区大橋1-3-27 九州大学大橋サテライト内

HP：http://www.f-design.gr.jp/



2019年2月15日発行

企画・編集：FDL九州デザインファイル制作委員会

武永茂久

中牟田麻弥

長尾朋貴

照井善明

村上智一

垣田健彦郎

CD：武永茂久

AD+D：武永茂久 + 村上智一

C：武永茂久

中牟田麻弥

I：米村知倫

(P5) 有村直大 + 江副哲哉

印刷・製本：株式会社インテックス福岡

実施者：九州経済産業局(担当：サービス産業室)

〒812-8546

福岡県福岡市博多区博多駅東2丁目11番1号

TEL 092-482-5511 FAX 092-482-5959

E-mail creativeq@meti.go.jp URL http://www.kyushu.meti.go.jp/

請負事業者：NPO 法人 FUKUOKA デザインリーグ(FDL)

〒815-0033 福岡市南区大橋1-3-27 九州大学大橋サテライト内

TEL 092-551-0825 FAX 092-405-0825

Email fdlimu@f-design.gr.jp URL http://www.f-design.gr.jp/

本書を無断で複製・転載することを禁じます