



「てのひらトング」は、まるでカスタネットのように手のひらにすっぽりと収まる形で、つかみやすさを考慮。小型ゆえに形状を出すのが難しく、開発から発売までに2年弱かかっている。

Design Column

デザイン活用 きほんの「き」

中小企業者がデザインを導入するときの基本的な知識や、デザイン開発を円滑に進めるためのポイントについて、協働経験豊富なデザイナーの事例をもとに解説します。

連載

第2回 デザイナーとの協働を成功させるために大切なことって？

開発チームは一艘の船 デザイナーは船頭の役割

今年6年目を迎えた東京ビジネスデザインアワードの審査委員長を務める廣田尚子氏。多くの中小企業とデザイナーの協働を見守ってきたなかで、商品化に至った企業とデザイナーには、「特別な一体感が生まれる」と感じている。

「デザイナーは企業の開発メンバーとともに荒波を乗り越える、同じ船に乗ったチームの一員として、お互い前向きにフラットな場をつくるのが大切です。そのなかでデザイナーはチームリーダーとして、メンバー構成をよく理解し、プロジェクト全体を俯瞰しながら前に進めていく役割でしょうか。とくに中小企業の場合は商品開発の進め方がわからないケースがほとんどですので、デザイナーには企業の魅力を引き出しながら商品開発を進めていく

『マネジメント力』が不可欠だと思います」
チームをうまく機能させるためには社内の人材を把握し、適材適所でチーム編成することが重要である。そしてデザイナーと密なコミュニケーションを図るために窓口担当を一名決めるとよい。そのうえで経営者は、商品開発の核となる情報（会社の魅力や独自の技術など）を整理し発信していくことと、開発プロジェクトの経営上の位置づけを明確にし、必要なタイミングできちんと投資する決断が求められる。

デザイン導入には 経営的な判断が不可欠

自社に合うデザイナーをどうやって見つけるのか。廣田氏は、「企業の良いところを引き出せるデザイナーがいい」と断言する。中小企業経営者はコミュニケーション下手な方も多いが、なるべく複数のデ

ザイナーと会って、ピンとくる人を探すこと。商品開発は長い付き合いとなるので、きれいな絵が描けるだけではなく、相性のよさがポイントとなる。まずプロフィールや作品を見て、自社で作りたいものの方向性やイメージが似ていれば、会ってじっくり話をしてみるといい。

実際に依頼する際に気になるデザイン費について、廣田氏は、「人材に関する投資と考えてほしい」という。「単に外注するということではなく、専門技師を一人雇用するんだという発想で考えれば、わかりやすいのではないのでしょうか」

デザイン導入とは経営であり、リスクを負わなければリターンは少ない。デザイナーはアーティストではなく、エンドユーザーを見据えたものづくりができる専門家ともいえる。そのための費用をどう捉えるか、経営者はビジネスとして判断することが重要である。



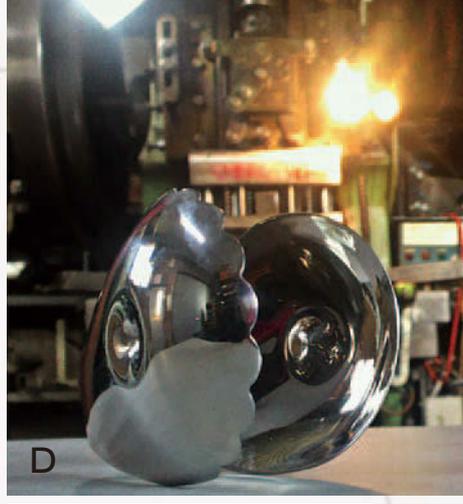
A



B



C



D



A/「てのひらトング」プロデューサーに紫牟田伸子氏を迎え、廣田尚子氏と笠原スプリング製作所が共同開発。墨田の認知度を高め地域を活性化する「Hanamiプロジェクト」において、花見をはじめ屋外で食事を楽しむ新しいスタイルを発信している。

B/商品のロゴマークやパッケージのシール、ミニリーフの制作は、植松晶子氏(日本デザインセンター)が担当。「本体ができてからパッケージなどの準備をはじめたので、量販体制が整うまで、半年くらいかかりました」(笠原氏)

C/「てのひらサラダトング」てのひらトングと同じステンレス製だが、表面を鏡面加工ではなく素材にヘアライン加工することで、コストダウンを図っている。「ラインナップを増やすことで、販売しやすさを狙いました」(笠原氏)

D/てのひらトングの生産は、手作業のため、ひと月で多くても5~600個ほど。関西ローカルのテレビ番組で紹介されたときは、問い合わせが殺到して2カ月くらい休みなく製造していたという。

合資会社笠原スプリング製作所
代表社員 笠原克之氏
昭和初期から墨田区でプレス加工・溶接加工・平面研削加工を行っている。「てのひらトング」ではじめての自社製品開発にチャレンジした。

Case Study

「てのひらトング」

笠原スプリング製作所代表の笠原克之氏と廣田氏との出会いは、平成21年度「すみだものづくりコラボレーション事業」がきっかけだ。手のひらサイズのトングを提案された笠原氏はさっそく試作に取り組むが、通常のやり方では放射状のしわが寄ってしまったり、うまく丸みを出すプレスができてカットができなかったりと、1年半ほど試行錯誤を繰り返し

た。特に廣田氏の精密な図面を実現させるために金型職人と話し合ったり、自社にない技術を学ぶために燕三条の会社を訪問したり、完成までに多くの工夫があったという。

「廣田さんから取り組み姿勢について厳しい指摘もあった」と笠原氏。それは、一生懸命に取り組んでも、自分の意見を伝えることが苦手だったから。「本来はデザイナーと対等に接するべき

ですが、私のような中小事業者は構えてしまうと思うんです。でも、経営者に情熱があって、それをぶつけることができれば、デザイナーは応えてくれると感じています」

廣田氏も、「プロジェクトの途中で厳しい迫る場面があった」と振り返る。「てのひらトング」はそのような叱咤激励の関係をうまく商品に昇華させた事例だといえよう。



Designer Profile

廣田尚子氏(ヒロタデザインスタジオ 代表)
東京芸術大学デザイン科卒業後、GKプランニングアンドデザインを経てヒロタデザインスタジオ設立。プロジェクトマネジメントの視点からデザイン開発をおこない、企業の持つ技術や素材の魅力を引き出して広げる仕事を日用品のデザインを中心に幅広く展開。中小企業との協働も多く、さまざまな地域でデザイン導入の心構えやプロセスについての講演やアドバイスをおこなう。女子美術大学芸術学部デザイン・工芸学科教授。

My Policy

「私自身、商品開発を進めるときには、チームの一員として、社内感覚を持って参加しています。ざっくばらんで親身に接することで、相手の思っていることを引き出せるようなコミュニケーションを心がけています」

「デザイン活用ガイド」無料で差し上げます



デザイナーと一緒に仕事をしてみたい中小企業の方々に向けたガイドブック「デザイン活用ガイド」を無料で差し上げています。入手方法は、公社ホームページ「新製品、新技術開発」>「デザイン活用ガイド」のページをご覧ください。

<http://www.tokyo-kosha.or.jp/support/shien/design/guide.html>

問い合わせ先 経営戦略課事業革新係 TEL : 03-5822-7232 E-mail : senryaku@tokyo-kosha.or.jp