

はじめに

グローバル化の進展や激化する企業間競争のなか、個々の企業が市場で存在感を保ち、生き残っていくためには、オリジナリティあふれるアピール性の高い商品開発や、マーケットを意識した効果的な販売戦略が重要です。

また、技術や経済性だけでなく感性が重視される昨今、生活者の視点や人々の感性を捉えることが重要であり、これに欠かせないのがデザインの視点やアプローチです。

2018年、経済産業省と特許庁によって示された『「デザイン経営」宣言』も、このような背景からデザインを重要な経営資源として捉え、適切にマネジメントしていくことの重要性を訴えています。

しかし、中小企業の方々からは、デザインの活用に関心を持っていても、経験がないためになかなか踏み出すことができない、どうやってデザイナーを探したらよいかわからないとの声が聞かれます。さらに、実際にデザイナーと協働する場合においても、契約や知的財産の扱いなど、基本的な事項が理解された上でないと、よい結果には繋がりません。

東京には優れた技術や製品を持つ中小企業と、デザイナーやデザインの周辺を支える専門家が集っています。

東京都中小企業振興公社は、東京の財産であるそれらの中小企業とデザイナーとの協働が促進され、双方にとってすばらしい成果が生み出されることを願ってこのガイドを作成しました。

これからデザインの導入を考える方も、実際にデザイン活用を図っている中小企業の方も、ぜひこのガイドをご一読いただき、効果的なデザイン活用と高付加価値な製品・商品づくりに活かしていただければ幸いです。

 公益財団法人 東京都中小企業振興公社

～目的別インデックス～

- ① デザインでできることを知りたい → 4～17 ページ
- ② デザイナーの探し方を知りたい → 18, 29, 38 ページ
- ③ 仕事の頼み方を知りたい → 18～25, 30～37 ページ
- ④ デザイン料について知りたい → 24～27 ページ
- ⑤ 知的財産権について知りたい → 21～23, 27～29 ページ

CONTENTS デザイン活用ガイド <目次>

2 はじめに

▶▶ chapter 1 デザインで何ができる？

4 課題を解決し、価値を生み出す

▶▶ chapter 2 デザイナーと仕事をしよう

6 何を依頼するか

8 デザイナーのシゴト ① / 相談会でのアドバイスをきっかけに、新商品を共同開発

10 デザイナーのシゴト ② / BtoBの機械工具メーカーが、BtoC市場へ参入

12 デザイナーのシゴト ③ / そのまま店頭で利用できるカートンケースの開発

14 デザイナーのシゴト ④ / 変わりつつあるWebサイトの制作スタイル

16 デザイナーのシゴト ⑤ / 経営資源を生かし、BtoBからBtoC商品の開発へ

17 中小企業に必要なブランドデザインの考え方とは

▶▶ chapter 3 デザイナーと契約しよう

18 デザイナーを探す

19 発注前の準備

20 どのように契約するか

21 知的財産を守る

22 知的財産権とは？

23 知的財産権を守る主な法律

24 デザイン料の考え方を知る

25 デザイン料の支払い方式

26 デザイナーと一緒に仕事をするためのFAQ

30 契約書例

38 デザイン活用に役立つ支援先や専門家団体の窓口