

隔月連載

デザインのきっかけ

中小企業がデザインに踏み出すための第一歩を探る

デザインで自社を変えたい。でも、どうやって始めればいいのかわからない。そんな悩みを抱えるみなさんのために、中小企業とデザインの接点になる事例を紹介し、デザイン導入に向けての第一歩を踏み出すヒントとノウハウをお伝えします。

第1回

デザイナーから提案を公募し、新事業を創る取り組み 東京ビジネスデザインアワード

デザイナーと一緒に仕事をしてみたい、でも探し方や誰に頼めばいいのかが分からない…。デザインに関心を持つ中小企業から、最もよく聞く悩みかもしれません。この課題解決のきっかけを提供するため、昨年度から東京都の事業として始まったのが「東京ビジネスデザインアワード」です。

これは、都内の中小企業が自社の持つ技術や素材をテーマとして応募し、それに対してデザイナーから新規用途開発を軸とする事業提案を募ってマッチングを図り、ともに新しいビジネスを創り出そうという試みです。中小企業が持つ「技術や素材」をテーマにしている点、そして、ラフスケッチや外装デザイン案だけでなく、デザイナーから「ビジネスプラン」「事業計画」を公募する点が特長となっています。

つまり、姿かたちのデザイン案を募るだけでなく、デザイン導入後にどう売るか、知財はどうするか、デザイナーとどんな契約を交わすかまで視野に入れた取り組みなのです。企業にとっては、デザインを導入して新事業をつくるまでの過程、ほぼすべてを経験する場となります。

この事業をデザイナーとの協働経験がない企業におすすめする最大のポイントは、中小企業の新製品開発に豊富な実績を持つ有識者等か

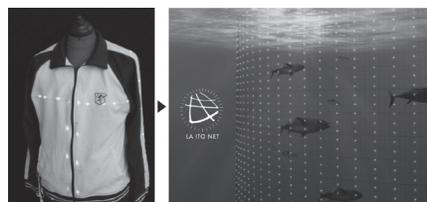
らなる審査委員と、事務局スタッフの存在です。デザイナーの提案は、審査委員による審査を経て出題企業に提示されます。通常、デザイナーから提示された案が「いいか悪いかわからない」ということも少なくありません。この事業では、審査委員というフィルターを通した提案から採用案を決定するため、優れた事業提案を選ぶことができます。

ただし、企業の新規ビジネスを創ることを目的とした事業なので、うまく活用できるかどうかは、企業の参加姿勢が鍵となります。例えば、応募は無料ですが、提案アイデアを実現させるための資金は用意をする必要があるでしょう。デザインについての知識は問われませんが、なぜ取り組みたいのか、どんな技術・素材を活用したいのかなど、企業のビジョンを明確に描けていないと、テーマ選定企業に選ばれるのは難しいかもしれません。また、知財戦略や販売戦略など、経営判断が必要となる場面も多く、経営者が強い意欲を持って取り組むことも重要です。いわば、企業の“本気度”が問われる取り組みなのは間違いありません。

このアワードでは、現在参加企業を募集中です。本気で取り組む気持ちがありながら、それをぶつける先がわからなかった経営者の方には、大

きく羽ばたくための足掛かりとして、ぜひ挑戦してもらいたい事業です。

事業戦略支援室
デザイン導入・活用支援事業
アドバイザー 福本創平



2012年度のお最優秀賞は、株式会社サンクロス(板橋区)のテーマ“光る布”に対する提案「養殖中のマグロを保護するための“光る”網」が受賞(上)。太洋塗料株式会社(大田区)のテーマ“水系はくり塗料”に対する提案「ユーザーの創造性を活かせる、塗って“はがせる”絵の具」は、すでに商品化のためのテストが進んでいる(下)。

東京ビジネスデザインアワード

東京都が主催する、都内のものづくり中小企業がデザイナーと協働し、新ビジネスを創出することを目的とするコンペティション。企業が持つ「技術」や「素材」をテーマとし、デザイナーがその新規用途開発とビジネス全体の提案をおこなう。現在、2013年度の参加企業を募集中。本誌「アーガス21」5月号最終ページの情報も併せて参照のこと。

問い合わせ先

事業戦略支援室 デザイン導入・活用支援事業担当

TEL:03-3832-3660 E-mail:senryaku@tokyo-kosha.or.jp

公社トップページ → 公社事業案内 → デザイン支援事業