

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。

最終回

## 中小企業のデザイン導入“3つの心得”

デザイン導入において企業が心がけるべきポイント

デザイン導入が上手くいく企業と、そうでない企業には、どこに差があるのでしょうか。当社の「事業化チャレンジ道場(注)」で師範を務め、多くの中小企業に指南をする株式会社デザイン・ホロン 代表取締役の田中堅四郎さんにお話を伺い、デザイン導入における中小企業の心構えを3つのポイントにまとめました。

### 1. 経営者のビジョンと方針

中小企業のデザイン導入においては、なんといっても経営者の考え方が重要です。経営者自らが先頭に立ち、トップダウンで采配を振るわなければ成功の可能性は低いと思います。その上で、決定は自分の趣味嗜好で行わず、実務は現場に任せるように心がけるべきです。

また、デザインとは色やかたちを変えるだけでなく、問題解決手法の一つなのだとして視野を広く持つ経営者ほど、上手くいくように感じます。何のためにデザインを導入するのか、どのような体制で進めていくのか。経営者がビジョンを持ち、方針を指し示す必要があります。思いつきや単発プロジェクトで終わらせることなく、少しずつでも継続して取り組むことで、成果につながっていくはずで

そして、それがきちんと「予算化」されていることも重要です。金額の多

少は問いませんが、プロジェクトが途中で行き詰まってしまわないためにも、一定の金額を確保しておくべきでしょう。

### 2. 生活者に対する感覚

デザイン導入を含めたすべての製品開発に当てはまりますが、常に「生活者」の視点を意識することです。つい、作れるものや作りたいものから新製品を考案しがちですが、そうではありません。生活者に目を向け、「自己満足」ではなく「顧客満足」を意識し、「何をつくるか」ではなく「何が求められているか」を追求してください。私は「コトは生活者に聞け、モノは強みで作れ」と言っています。

ターゲット(誰に向けた商品か)、シーン(どんな状況で使われるか)、ベネフィット(ユーザーにどんな利点をもたらすか)の3点を企業側がきちんとイメージしてから、デザインに取り組むべきです。

### 3. デザイナーとの「共創」関係

外部デザイナーに依頼する場合は「パートナーシップ」のスタンスで臨みましょう。デザイナーの提案に耳を貸さないのは論外ですが、頼りすぎてもダメ。経営者には「考え方に柔軟性がありながら、軸となる想いや方針がぶれない」ことが求められます。

企業はデザイナーの提案を真摯に受け止め、技術開発や製品の改良などで応える。それに対してデザイナーは、素晴らしいデザインで応える。そんな、常にお互いの要求を超えていく「共創」の連鎖をつくるのが理想です。

ただし、こればかりは相性もありません。よい関係が築ける相手と出会うためには、ある程度時間をかけても、納得できるまで対話を重ねたほうが良いでしょう。

全6回にわたってデザイン導入に関するヒントを提供してきた本コラムは、今号で終了です。ご紹介してきた内容がヒントになり、あなたなりの「デザインのきっかけ」を掴む一助になったのであれば幸いです。

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

### (注)事業化チャレンジ道場

新製品の開発から製品化、販路開拓までを継続的に支援する実践的な講座です。新製品開発を支援する「売れる製品開発道場」と、事業化を支援する「事業化実践道場」の二段階で構成されています。お問い合わせは城南支社(TEL: 03-3733-6284)まで。  
<http://www.tokyo-kosha.or.jp/support/shien/seminar/dojo.html>

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