

## 中小企業経営者が知っておきたいデザイントレンド

2020年を契機に、東京のビジネス環境は激動の時代を迎えています。

一昨年発表された『「デザイン経営」宣言』を受けて、中小企業が成長していくためには今、何をすべきか。

近年、注目を集めているデザインに関するトレンドを紐解き、探っていきます。

連載第4回

### 新たな市場を拓く「意味のイノベーション」

#### ろうそくの新たな意味とは？

「これまでなかった新しいモノ」を生み出すための手法として、「意味のイノベーション」という考え方が注目されている。もともと、ミラノ工科大学のロベルト・ベルガンティ教授が提唱するイノベーション手法で、商品やサービスの機能・スペックではなく、本来持っている「意味」を追求していくことで、革新的な変化を起こすことができるとしている。

「意味のイノベーション」の最も有名な事例がろうそくであろう。かつては照明として使われていたろうそくだが、照明としての役割は電球やその他の技術に替わっても、アロマ（香り）や雰囲気演出するアイテムとして、今でも売れ続けている。ろうそくの持つ意味を変えたことでイノベーションにつながり、新たな市場が拓けたのだ（注1）。この考え方は中小企業にとっても決して無関係ではない。逆に、その商品の「意味」を追求して革新的な変化を起こすことは、大企業とは違う切り口となり中小企業にこそ実現可能な手法といえる（実例を右記に紹介する）。

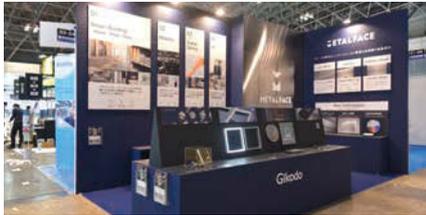
#### 印刷技術が新しい素材へと生まれ変わる

特殊印刷の分野では老舗の株式会社技光堂は、透明樹脂素材を本物の金属に見せる「金属調印刷」の技術を活かして、新たなインターフェイス素材を開発した。その名も「メタルフェイス (METALFACE)」<sup>1)</sup>。事業化に携わった株式会社kenmaの今井裕平氏は、「この技術を金属のフェイクではなく、金属調印刷にしかできない価値を生み出そうとした」と説明する。「金属調印刷は樹脂に印刷を施すので、光や電波を通すことができる。金属はもちろん光も電波も通しませんから、この点が金属調印刷の新しい『意味』になると考えました。その背景には、今春導入が予定されている5Gに対応した素材が求められていることと、IoT時代においてシームレスなデザインが実現できる素材であることを想定していました（注2）」<sup>2)</sup>

メタルフェイスのプロトタイプができてからの展開も早かった。2019年5月の「高機能プラスチック展」への出展を決めると、ターゲットを自動車業界と家電業界に絞り、マーケティング



「電波と光を通す・シームレスにデザインできる」というメタルフェイスの様々なユースケース（利用シーン）を想定したイメージ画像



技光堂と今井氏の協働のきっかけは、東京都主催のデザイン・事業提案コンペティション「東京ビジネスデザインアワード(TBDA)」だ。技光堂が出した課題「立体視・金属調印刷」(写真左上)に対して、今井氏は「透ける金属表現」という特殊印刷の特徴を活かした、メタルインターフェイス制作とビジネスモデルを提案(写真中)。1ヵ月あまりでプロトタイプを完成させた(写真右)

「高機能プラスチック展」の展示ブース。「METALFACE」というネーミングはもちろん、ロゴデザインや青いブランドカラーにもこだわっている。(写真左下)

戦略を検討。「どのような情報があれば来場者の記憶に残せて、この素材の採用を検討してもらえるか。ニュースリリースを見てもらえるか。どんな切り口であれば、メディアがおもしろがって取り上げてくれるかを考えたところ、ユースケース(利用シーン)を見せるのが手っ取り早いという結論になった」と今井氏。「車のインパネやダッシュボード、エレベーターの操作パネル、冷蔵庫のデジタル表示など、こんなところに使えますというイメージ写真をクライアント目線で作りました。実は、BtoBにありがちな、素材のスペックや機能などはほとんど説明していないんです。初の展示会ではMETALFACEというブランド名を全面に押し出したので、技光堂という社名は限定的な表示でした。『ベンチャー企業ですか?』と質問されたほど、新しい勢いのある会社と受け止められたようです」

展示会の反響は大きく、大手企業だけで50社以上の引き合いがあり、海外企業の問い合わせも増えている。現在は、他社とのコラボレーションにも取り組んでおり、市場拡大の可能性が広がっている。

金属調印刷という技術の「意味」を新たなインターフェイス素

材へと「革新」したメタルフェイス。今井氏に既存の商品に対して新たな意味を探し出すときのステップを尋ねてみた。「まずは各メンバーが自分で突き詰めて考えたあと、全員で検討結果をシェアします。第三者からのフィードバックはとても有効なので、中小企業の場合はデザイナーのような外部の人と一緒に考えてみるのもいいと思います。次に俯瞰すること。今売れている商品や競合商品を集めて並べて、俯瞰することで、新しい切り口のヒントを探っていきます。そもそも、その商品が持つ本来の意味が明確でないとそこからずらして考えられないし、新しい意味や価値は生まれないので、そこをきちんと定義してみることも重要ですね」

中小企業におけるイノベーションは確実に重要性を増している。そこで公社でも、中小企業とデザイナーとの協働を始めとしたデザイン支援を強化すべく、次年度から様々な事業を展開していく。具体的には、企業とデザイナーが必要な都度、随時マッチングできる仕組みや、企業とデザイナーと一緒に「デザイン経営」を学べる機会を創出していく予定である。自社の状況にあわせた支援を積極的に活用し、各企業ができることから始めて欲しい。

(注1)参考:ロベルト・ベルガンティ教授「意味のイノベーション」のプレゼンテーション

(注2)5G(第5世代移動通信システム)…「高速・大容量」「低遅延」「多数端末との接続」という特徴を持つ次世代ネットワークのこと  
IoT…Internet of Things(モノのインターネット)のこと。様々な「モノ(物)」がインターネットに接続され、情報交換することにより相互に制御する仕組み



お問い合わせ 経営戦略課 事業革新係  
TEL : 03-5822-7250 design@tokyo-kosha.or.jp

## profile



**今井 裕平 氏**  
株式会社kenma  
代表取締役  
ビジネスデザイナー

1981年生まれ。大阪府堺市出身。神戸大学大学院修了後、安井建築設計事務所、日本IBMを経て、電通コンサルティングにて企業の成長戦略にフォーカスした経営コンサルティング業務に従事。在職中にkenmaを設立し、代表取締役就任。

技術力のある中小企業の新たな事業の柱となる看板商品を創り出す「フラッグシップデザイン」を提唱。企業の強みを新たに発見し形にするデザイナーと、事業の成功確度を高めるコンサルタントの2つの顔を使い分けられるのが強み。

2018年より東京都中小企業振興公社デザインアドバイザー担当。日経クロストレンドにて「超実践! ビジネスデザイン奮闘記」を連載。

## 事業案内

### 「デザイン相談」がより使いやすくなります!

企業経営において、今まさにデザインの重要性が高まっています。公社では、デザインに特化した相談窓口を4月から週3回(火・木・金曜の午後)に拡充し、より活用しやすくなります。相談員のプロフィールおよび、ご予約は公社ウェブサイトから可能です。ぜひ一度ご覧ください。



<https://www.tokyo-kosha.or.jp/support/shien/soudan/design.html>

