

# 商品開発を成功に導く デザインプロセスとは？



My Policy

“ 形のデザインはもちろん使い手のことも考え、さらに作り手の思いをどう伝えるかを重視しています。そのためには、ネーミングやブランドなど、そのモノが発信しようとする情報も一緒にデザインすることを大事にしています。 ”

堀越 敏晴 氏 (シーダブリュエス 代表)

日本コロムビア (現デノン)、ニトムズ等を経て、2002年 CREATIVE WORKSHOP シーダブリュエスを設立。生活用品から各種機器まで、製品から商品へ、企画からデザイン、ブランド開発を手がける。1999～2003年グッドデザイン賞審査員。東京デザイナー学院、実践女子大学非常勤講師。生活用品、工作機械、パッケージなどでGマーク受賞。

## 「デザイン思考」を取り入れた開発会議を实践

公社のデザイン相談で相談員を務める堀越敏晴氏。多くの中小企業から相談を受けるなかで、「デザイン導入と一言と言っても、様々なケースがある」と実感している。

「その企業の業種・業態・業容によってデザインに求めるものが変わってきます。製造業が新しい商品の開発に取り組む場合も、自社が有する技術や素材・設備などを活かした延長線上で考えるのと、まったく新しいジャンルにチャレンジするのでは、クリアすべき課題が異なります。まずは、自社の立ち位置を見定めて、つくりたいものの方向性を明確にし、そのうえでデザインに何を求めるのか社内合意を得ることが重要です」

商品開発を進めるにあたり、堀越氏が提案するのは、定例で集まる開発会議だ。デザイナーとリーダー (社長または決裁権者)、現場担当の3者がミニマムなメンバーで、企業の規模によっては技術系と営業系の社員が加わり、チームを結成する。デザイナーはコンサルタントの役割を担い、チームで課題を話し合う。ときには宿題として持ち帰りながら、プロセスごとに合意をとって進めていくというやり方である。

堀越氏は、「1から10までデザイナーにお願いすると費用もかさみますから。アイデアを出しながらラフな図を描いてみるなど、簡単なものであれば自分たちでデザインしてみるといい。そのような経験が蓄積されていけば、ある程度は社内でするようになります。デザイナーの手を借りて『デザイン思考』を導入するということですね」

## 中小企業の商品開発に王道パターンはない

商品開発のプロセスにおいて、「企画→デザイン→設計→試作→検討・決定→製造→販促・販売」というモデルケースはあるが、中小企業においてはあてはまらないことも多い。経営状況によっては、開発が止まることもよくある。それでも開発会議で社内合意をとりながら、資金手当が必要な段階では投資の決断をし、リスクを踏まえたとうえで、まずは一つの製品を完成させることがとても大切である。

そのため堀越氏は、野球にたとえて「最初からホームランというのはまず無理ですから、とにかく一塁に出る商品をつくりましょう」と話をするそうだ。

「我々デザイナーの仕事は、経営者が納得して投資を決断できるような提案をすることに尽きます。もし経営者が納得できなければ、デザインをやり直すかデザイナーを変えるかしかない。商品開発をやり遂げられる中小企業に共通しているのは、しっかり企画を立て、ぶれないで地道に進めていくこと。そして適切な経営判断ができる経営者がいることですね」

そんな堀越氏がシンワ工業と協働した「Sui:so」は、どのようなデザインプロセスを経て完成したのか、見てみよう。



3分で高濃度水素水がつくれるスティックタイプの水素水生成器「Sui:so」。衛生的で清潔感のある外観と、コンパクトで手入れのしやすい形状を重視し、デザイン開発を行った。

## Case study | Sui:so (すいそ) の開発プロセス



ビルや工場など大型施設で使用される鋼管の製造販売をしているシンワ工業。鋼管を通じて長年水に関わってきた同社が、「一般家庭向けの水に関係した健康によい商品をつくって世の中に恩返ししたい」という思いから、2005年に家庭用水素水生成器「銀水」を発売。しかし、一般向け商品の開発製造の経験が浅かったこともあり、実験器具のような外観で、垢抜けない印象があった。そこで、デザイン改良を検討するにあたり公社のデザイン相談を利用し、出会ったのが堀越氏である。

「商品開発の進め方を丁寧に説明してくれ、安心感と信頼感を得られたことが、堀越氏に民・民としてデザインを依頼した一番の理由」と同社技術開発室・塩田教司氏は説明する。

デザインを依頼された堀越氏は、まず水素水の効用についてレクチャーを受け、「銀水」より小型化したスティックタイプの試作品のサイズと使い方を参考にしようとして、ポイントとなる開口部（孔）の形状を提案していった。

発売スケジュールとしては、「銀水」を終売するタイミングで後継機の「Sui:so」を販売する計画だった。しかし、会社の財政面や市場動向などから、開発プロジェクトは2度ほど中断。塩田氏に不安はあったが、「製品を完成させて、お客様に喜んで使ってもらいたい」という強い気持ちを持ち、プロジェクトを継続。開発スタートから8年近く経過した2016年によりやく発売までこぎつけた。

堀越氏は、「開発期間が長期に渡ったため、デザイン変更や修正なども発生したが、担当者との意思疎通を密にし、デザインやカラーを決定する際にはリサーチを行うことで偏った傾向に流されないように工夫した」と振り返る。

様々な状況から予定通りにいかないことの多い中小企業の商品開発。「デザイナーを信じて完成までやり遂げることが成功の鍵」という塩田氏の言葉どおり、ブレない姿勢と信頼関係が重要であるのは間違いないようだ。