

## 中小企業経営者が知っておきたいデザイントレンド

社会全体が大きな転換期を迎えている国内市場、特に東京のビジネス環境は激動局面に差し掛かっています。2018年5月に発表された「『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6回

### 「いつも」も「もしも」も解決できる「フェーズフリーデザイン」

#### 日常時と非常時の壁を超える「フェーズフリー」

近年、日本列島を襲っている大地震や台風、水害、熱波・寒波、さらにはテロや原発事故、そして全世界的な被害をもたらした新型コロナウイルスなどの病原体…。我々は、常に災害の要因となる様々な「危機（ハザード）」にさらされている。世界有数の災害大国である日本であっても、災害直後には防災意識が高まるが、具体的な備えへの行動にはなかなか移せないのが現実であろう。「何をどのくらい備えればいいのか分からない」「非常時にしか役立たない防災用品にコストをかけられない」などという「防災に取り組めない理由」を解決するのが、「フェーズフリー」の考え方である。

「フェーズフリー」とは、「日常時」と「非常時」というフェーズを超える（フリーにすること。日常時の生活で便利に利用できる商品やサービスを、非常時にもそのまま役立てることができ、安心や安全を叶えるという特長を持つ。

「フェーズフリーの根底には防災の考え方があります。災害時とはすべての人が要援護者になる可能性がある社会のこと。自

分は健常者のつもりでも、要援護者になってしまったときに、万人にとって使いやすいデザインであることはとても大切ですね。その意味ではユニバーサルデザインと親和性が高いと言えます」と、一般社団法人フェーズフリー協会 代表理事の佐藤唯行氏は説明する(図1)。

同協会では、「フェーズフリー 5 原則」に基づきフェーズフリーデザインを評価、フェーズフリー認証を発行している。フェーズフリー 5 原則とは、「常活性」「日常性」「直感性」「触発性」「普及性」のこと(図2)。この5原則を基にしながら、「汎用性」と「有効性」という2つの軸(図3)で評価をしている。現在、フェーズフリー認証を受けているアイテムは20点ほどあるが、いずれも日常の価値を重視している。これは、「日常時に使えないものは、災害時に役立つからといって、世の中に広まらない」(佐藤氏)という考えからだ。

フェーズフリーデザインは、日用品から工業製品、施設など多種多様なジャンルに渡っている。『フェーズフリーデザイン事例集』に詳しい評価ポイントが掲載されているが、そのうち2点ほど次ページに紹介する。

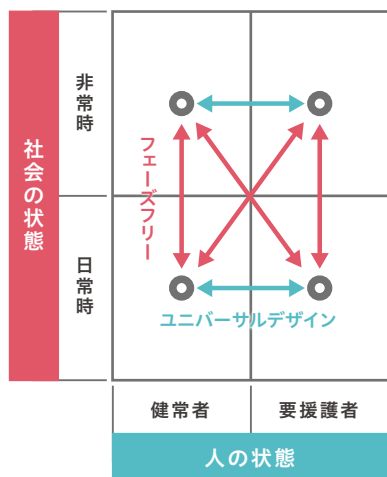


図1 フェーズフリーとユニバーサルデザインの相関図

人の状態に対する自由を提案しているユニバーサルデザインと社会の状態に対する自由を提案しているフェーズフリー。いずれも、利用者のQOL(クオリティ・オブ・ライフ=生活の質)の向上を目指している。

- 01 常活性 | どのような状況においても利用できること
- 02 日常性 | 日常から使えること  
日常の感性に合っていること
- 03 直感性 | 使い方、使用限界、利用限界が分かりやすいこと
- 04 触発性 | 気づき、意識、災害に対するイメージを生むこと
- 05 普及性 | 参加でき、広めたりできること

図2 フェーズフリー5原則

フェーズフリーとは、平常時(日常時)や災害時(非常時)などのフェーズ(社会の状態)にかかわらず、適切な生活の質を確保しようとする概念。「フェーズフリー5原則」に基づいた商品やサービスによって実現する。

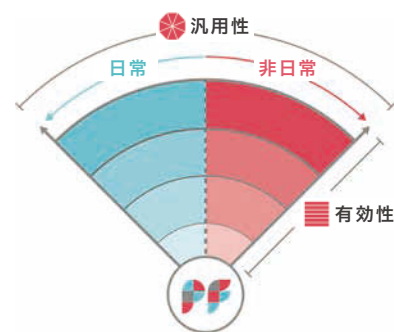


図3 フェーズフリー評価の概念

「汎用性」は、平常時(日常時)や災害時(非常時)にかかわらず多様なシーンで利用できる特性。「有効性」はその商品やサービスを「汎用性」以外の価値や効果で評価する。

※図1~3提供：一般社団法人 フェーズフリー協会

## Case Study



### 紙コップ メジャーメント (サンナップ株式会社)

一般的な紙コップの機能は飲料を飲むという用途に限られるが、メモリ付きデザイン紙コップは「ml/cc」「合」「カップ」のメモリをデザインに融合。災害時や屋外などでの粉ミルクや米の計量といった用途を拡大した。



### BOCCO ボッコ (ユカイ工学株式会社)

BOCCO(ボッコ)は、ロボット本体と付属のセンサ、スマートフォンアプリを連携させて使用する家族をつなぐコミュニケーションロボット。インターネット回線を使うため、災害時に強い連絡手段になる。



『フェーズフリーデザイン事例集』より <https://dcs.phasefree.net>

## 「フェーズフリー」を商品開発の新たな切り口に

日本発の「フェーズフリー」であるが、コロナ禍において、欧米諸国からも注目が集まっている。なぜなら「フェーズフリー」という新しい考え方を取り入れることで、魅力的な商品やサービスの提案ができ、産業競争力の強化につながるからだ。佐藤氏は、「小回りの利く中小企業にこそ、市場参入の可能性が広がっています」と後押ししている。

同協会理事であり、プロダクトデザイナーの松崎元氏も、「中小企業がデザイン開発に取り組む場合、対象とする課題がまだまだ多くあり、大企業が取り組んでいない分野で自社の強みを活かせる可能性が高い。フェーズフリー商品による自社ブランドの展開や大企業向けの部品提供など、これまでの加工精度や価格競争とは異なる方向から新たな発想により勝負できるでしょう」と期待を寄せる。

一方で、同協会調査・研究委員であり、プロダクトデザイナー

の武者廣平氏は、「中小企業が一步踏み出そうとすると、これまでの延長線になってしまうことが多々あります。大体がこれまで取り組んできたことで伸び悩んでいるわけだから、自社の技術を捉え直したり、新しい視点を見つけたりして、思い切った方向転換をすることが大切です」と言及する。

会社としても、フェーズフリーの推進によって中小企業の付加価値を向上すべく、様々な支援事業を進めていく。具体的には、今秋よりフェーズフリーに関する理解を深めるセミナーや、フェーズフリーの視点で商品やサービスの価値提案・創造を行うためのワークショップを開催予定である。社会情勢が大きく変動している今だからこそ、「フェーズフリー」を切り口にした新たな事業創出にチャレンジする好機であるのは間違いない。それは、イノベーションとブランディングが軸となる「デザイン経営」への入口とも言えるだろう。

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](mailto:design@tokyo-kosha.or.jp)

## profile



佐藤唯行 氏(左)  
一般社団法人フェーズフリー協会代表理事

武者廣平 氏(中)  
一般社団法人フェーズフリー協会調査・研究委員/  
武者デザインプロジェクト代表取締役

松崎 元 氏(右)  
一般社団法人フェーズフリー協会理事/  
千葉工業大学創造工学部デザイン科学科教授

フェーズフリーコンセプトサイト <https://phasefree.org>



## 事業案内

### WEB会議システムを活用した オンライン無料デザイン相談を開始しました

新型コロナウイルス感染防止対策にかかる対応として、これまで実施してきた電話でのデザイン相談に加えて、WEB会議システムを活用した双方向オンライン相談を開始しました。デザインの力を通して皆さまの悩みを少しでも改善できるよう、幅広いデザイン分野の第一線で活躍する14名の相談員が全力で支援いたします。相談員のプロフィールおよびご予約は、以下、公社WEBサイトにて、ぜひ一度ご覧ください。



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