

グッドデザイン商品創出支援事業 報告

グッドデザイン商品化サポートの取り組みについて

豊田修身・坂本晃・小谷公人・濱名直美
製品開発支援担当

Report on support of Good Design Development

Support commercialization with good design

Osami TOYODA ・ Akira SAKAMOTO ・ Kimito KOTANI ・ Naomi HAMANA
Product Development Gr.

要 旨

商品開発に取り組む大分県内の企業に対して、商品企画、商品化、事業化の各プロセスにおいて、各企業担当者、担当職員、外部アドバイザーが連携して共同開発を行い、計6社の開発支援を実施した。ニーズに応じた商品企画プロセスの支援、商品化プロセスの支援、事業化プロセスの支援を進め、その結果、商品企画の立案実施3件、商品デザインの決定1件、事業化(上市)2件を進展させた。

1. はじめに

本事業では、県内企業の商品開発の各プロセスにおいて、それぞれ効果的な開発手法・市場導入手法による開発支援をする事により、市場競争力のある商品の創出と、経営資源として「デザイン」を定着させ、市場競争力のある商品を生み出す事のできる企業の育成を目的としている。

本年度は、企業の実情と商品開発ニーズにマッチした支援を実施できるよう商品開発プロセスを3工程に支援区分(Fig.1)し、自ら商品開発を計画している企業の企画づくりを支援する「商品企画ステップアップ事業」、商品アイデアを商品にするための設計、試作、量産化といった商品化作業を支援する「グッドデザイン商品化サポート事業」、完成済みの製品の事業化やブランディング戦略に必要なパッケージ・リーフレット・プレスリリースといった販売促進作業を支援する「開発商品の事業化サポート事業」を実施したので、その支援方法と具体的な開発支援の結果を報告する。

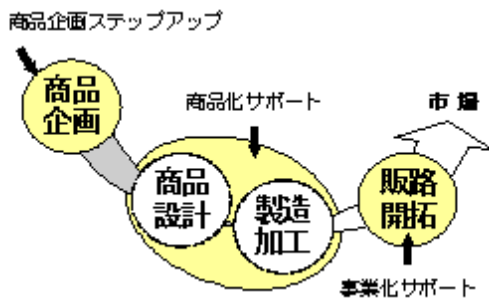


Fig.1 商品開発プロセスと支援区分

2. 支援方法

県内企業のうち新たに商品の企画を行おうとしている企業、既に商品アイデアや完成済みの製品を有する企業等を対象に本事業を広く周知し、要望のあった企業等の申請を受けて、当センター職員がヒアリング調査を行い、申請内容及び課題調査の結果をもとに審査し、本事業を実施する必要があると認められる商品開発課題を選定することとした。

また、事業対象、選定方法、実施方法等は商品開発プロセスの支援区分によって、以下のとおりとした。

2-1 商品企画ステップアップ事業

事業対象：自ら商品開発を計画している県内企業

選定方法：申請書及び課題調査等を審査し選定

実施方法：企業担当者とセンター職員が商品開発プロセスに沿ってディスカッションを重ね、共同作業により商品の企画づくりを行う。併せて、商品企画作成途中に、外部デザイナーとマーケッターを招聘し、個別指導を行うことで、商品企画を立案する。

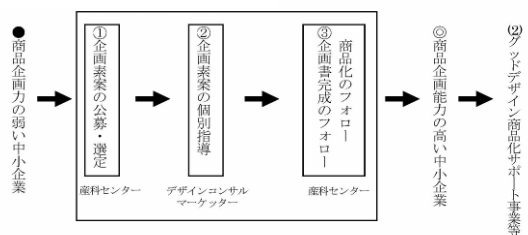


Fig.2 商品企画ステップアップ事業のスキーム

2-2 グッドデザイン商品化サポート事業

事業対象：商品アイデア，開発計画を有する県内企業
 選定方法：申請書及び課題調査等に加え，選定評価委員会での面接審査後，審査・選定基準等に基づき審査し選定する．

実施方法：企業の商品アイデア，商品計画に基づき，担当者とセンター職員及び各商品開発分野の専門アドバイザーがディスカッションを重ね，企画を商品にするための設計・試作・量産化といった商品化作業に情報やノウハウを提供する．また，デザイン・設計・生産等の作業について自社技術だけでは対応できない場合には，外部企業への委託作業に係る支援を実施することで，商品設計・試作・量産化を行う．

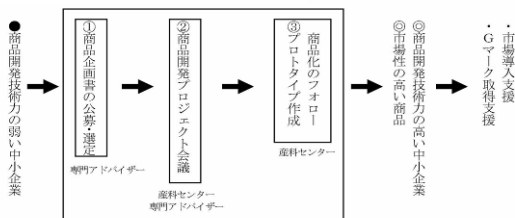


Fig.3 グッドデザイン商品化サポート事業のスキーム

2-3 開発商品の事業化サポート事業

事業対象：完成済みの製品を有する県内企業
 選定方法：2-2と同じ

実施方法：企業の製品に基づき，担当者とセンター職員及び各商品開発分野の専門アドバイザーがディスカッションを重ね，事業化戦略及び付随するブランディング戦略の作成と，戦略に基づいたパッケージ・リーフレット・広告作成、展示会出展、Web 製作等の作業に情報やノウハウを提供する．また，ブランディング・パッケージ・広告作成等の作業について自社技術だけでは対応できない場合には，外部企業への委託作業に係る支援を実施することで，事業化(上市)を行う．

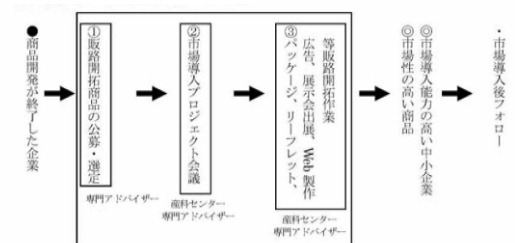


Fig.4 開発商品の事業化サポート事業のスキーム

3. 支援内容と成果

3-1 商品企画ステップアップ事業

3-1-1 株式会社 田中工藝（豊後高田市）

課題名：高齢者向けキッチンの企画・開発

期間：H22年7月1日～H23年2月25日

目標：テーマを絞った企画力のスキルアップ

内容：企業担当者と企画チームを作り，月に1～2回の会合で，テーマを設けて参加者が能動的に作業を進める手法で研究会を開催し，将来に向けて取り組む方向が見えるようなアイデアやイメージを上げた．途中，アドバイザーを1回招聘し，指導を仰いだ．

結果：アドバイザーからの指摘を受けて申請時のテーマを変更した．ターゲットを高齢者として，低下する身体機能を何で補うかということを考えるため，高齢者の特徴を広くリストアップしその改善案の中から，具体的な製品アイデアの企画提案を行った．

成果：ブレインストーミングなどでアイデアを出す場を多く持ったことにより，今後クリエイティブな商品開発を進める上でのスキルアップにつながった．

3-1-2 可児醤油 合資会社（臼杵市）

課題名：味噌・醤油・麹を用いた新商品の開発

期間：H22年7月1日～H23年2月28日

目標：新しい味噌・醤油・麹製品の企画

内容：企業担当者と開発チームを作り，月に2～3回の会合で，商品開発プロセスに沿って商品企画の検討を行った．途中，アドバイザーを1回招聘し，指導を仰いだ．

結果：「糎を売る」ための2次製品，3次製品（味噌・醤油加工品も含む）の製造販売を商品開発のスタンスとした．そこで，大手企業が対応できないす



「海鮮糎調味料」及び「洋食に合う新調味料」の開発企画で製作した試作品等

Fig.5 「海鮮糎調味料」と「洋食に合う新調味料」

き間商品,他にあまりない味噌・醤油・糀の2次商品により,企業の名前=ブランドの周知,そこから昔ながらの味噌・醤油に導く方向性で検討し,以下の2つの企画を検討した.

- ・臼杵の海産物等を活用した「海鮮糀調味料」
- ・「洋食に合う新調味料」

成果:「海鮮糀調味料」については,かに入り醤油「蟹醤油」,ふぐひれ醤油及び系列の製品等を検討中である。「洋食に合う新調味料」については,バジル味噌、モンゴリアンソースを商品化した。これらは商談会で好評であったことから,製品の一部がギフト品として採用された。

3-1-3 株式会社 クマガエ(日田市)

課題名:こんにゃくの新商品開発

期間:H22年7月1日~H23年2月28日

目標:洋食にも合う新感覚のこんにゃく製品の企画

内容:企業担当者と開発チームを作り,月に2~3回の会合で,商品開発プロセスに沿って商品企画の検討を行った。途中,アドバイザーを1回招聘し,指導を仰いだ。

結果:現行商品とはまったく異なるこんにゃくの原料であるグルコマンナンを使ったスイーツの開発企画を練り上げた。それにより,スイーツを現行商品のこんにゃくと分けて,2つのブランドを立ち上げる構想を企画した。

成果:2つのブランド構想のうち,スイーツのブランドは「ラングダンジュ(天使の舌)」というブランド名で展開することとした。その後,フーデックスジャパン(幕張メッセ)で試験的にバイヤーの反応を確認したところ,たいへん好評で,取引が成立した。他方のこんにゃくのブランド名は,「クマガエこんにゃく」として「マンナンマスタ



グルコマンナンを使ったスイーツの開発企画で製作したポスター・パンフ・パッケージ等

Fig.6 グルコマンナンを使ったスイーツの開発企画

ーのいる企業」という職人による創意工夫の新商品開発企業のイメージを打ち出した。「ほるこん」を中心にPRしたところ,各メディア等で紹介され,複数の量販店と取引が成立した。

3-2 グッドデザイン商品化サポート事業

3-2-1 株式会社 デンケン(由布市)

課題名:血栓症診断用イムノクロマトリーダーの開発

期間:H22年7月1日~H23年2月28日

目標:プロダクト・デザイン手法を活用した商品デザインの決定と設計・製作

専門アドバイザー:

ひさつねデザインラボ 代表 久恒 敏幸 氏

内容:イムノクロマトリーダー製品の共同開発企業である(株)キューメイ研究所も参画した製品開発会議を7回開催し,血栓症診断用イムノクロマト・システムを総合的に考慮した現場ニーズの調査及び開発検討を行った。ユーザの操作環境コンセプトの構築及び具体的なプロダクト・デザイン・プロセスによる表現・提案等について,相互で検討を重ね製品開発を進めた。

結果:メイン・コンセプトは「さいてきか(最適化,最滴下,差異適化)」とした。商品デザインは,



Fig.7 イムノクロマトリーダーの開発プロセスと成果

装置を測定機能に限定し、アプリケーション・ソフトウェアで測定操作や結果表示を行うシステム構成に特化することで、ユーザビリティとコスト・パフォーマンスの両立を図った。専門アドバイザーから提案されたプロダクトモデルの1次試作，加工コスト等を考慮した再設計等を行い，商品デザインの決定及び設計を完了した。

成果：共同開発企業間で進めてきた血栓症診断用イムノクロマト・システムをトータル・ソリューションとして捉えたプロダクト・デザインにより，量産を想定した商品の具体的な検討が可能となった。

3-3 開発商品の事業化サポート事業

3-3-1 株式会社 日出ハイテック（日出町）

課題名：SMART ロジックシミュレーション検証ツールの販路開拓

期間：H22年7月1日～H23年2月28日

目標：販売戦略の構築，効果的な販促ツール及びマーケティング戦略の開発

専門アドバイザー：

(有)デザインネット 代表取締役 宗野茂昭 氏

内容：半導体など電子・電気系分野のメディアに見ら



Fig.8 ロジック検証ツールの販路開拓と成果

れる販促表現や新商品の広報手法のスタイルを分析し，商品をマスコミ向けに情報発信する際のリリースのポイントを抽出した。機能面での差別化，用途面での提案性を整え，専門的ユーザや市場における簡易ロジックテストの訴求点を洗い出した。電子・電気系の教育専門校の現場ニーズをヒアリングし，今後、教育分野での活用を目標とした方針を立てる条件についても検討した。

結果：専門的なユーザや市場に向けてのコミュニケーションデザインの方針から，商品パッケージの設計，商品特性をまとめたリーフレット，展示会ポスター，自社サイトでの商品広告等を具体化し，事業化(上市)した。

成果：半導体関連の商社と販売提携し，簡易ロジックテスト「Logic SMART Tester」として発表し，各メディアの記事として掲載された。また，東京、福岡、宮崎等で行なわれた展示会において，リーフレットなどの紙資料、商品使用の実演操作を含めた映像資料で商品紹介を行ない，販促活動の積極的な展開が可能となった。

3-3-2 株式会社 大山（日田市）

課題名：水郷ひたで生まれたばらジャム

期間：H22年11月10日～H23年2月28日



Fig.9 「食べる薔薇」を用いた加工食品の販売と成果

目標：「食べる薔薇」を用いた加工食品（ローズジャムやローズティーなど）の販売

専門アドバイザー：

(株)九州のM市場 代表取締役 丸岡 克之 氏

(有)デザインネット 代表取締役 宗野 茂昭 氏

内容：優位性・訴求点の整理を行ない、アドバイザーから食品流通、販売方法、販路開拓、販促ツール等コミュニケーションデザイン開発の表現・提案等のアドバイスを受けながら、商品説明の内容とパッケージに用いるラベルやギフトの構成についての方向性を定めた。また並行して、商品活用メニューのアイデア出しや賞味期限設定の実験などに取組んだ。食品の特性にあう包材についてもパッケージ組み立ての試作、適する包材の検討を行なった。個別商品のパッケージデザインでは、ジャムやティーという食のカテゴリーから見える特長と販売形態について情報収集し、市場導入の為の条件抽出（商標検索、品質表示、価格設計等）を行なった。

結果：想定する薔薇という華やかな花が好まれる特別な市場やユーザに求められるギフトパッケージを設計した。食品として販売するにあたっては、当センター食品担当より食品加工のアドバイスを得て、品質表示内容を整えた。また、海外および国内の他社製品との商品比較、差別化のポイントを探り、消費者への提案としての食べ方や取り扱い留意点などに反映した。さらに、薔薇を用いた商品を複数取り合わせ構成したギフトにはブランドネームをつけ、企業姿勢と商品説明を盛り込んだリーフレット等、コミュニケーションデザインのツールを整えた。

成果：新規商品化の「ばらジャム」は、知的所有権センターの協力を得て、商品名の商標出願を行なった。1次デザイン案の商品パッケージを用いて商談会に望んだところ、食品バイヤーから高い評価を得られ、試験販売の提案や販売交渉が行われている。

4. まとめ

本事業を実施することにより、県内企業に経営資源としてのデザインの重要性、特に売れる商品を作り出すための市場ニーズに基づいた開発等、デザインワークの手法の有効性について広く理解させる事ができた。また、企業内の商品開発に外部デザイナーを派遣し、企業単独では生み出すことが困難な市場競争力の高い商品アイデアや試作を多く誕生させることができ、対象となった企

業には経営資源として様々なデザイン手法を導入させる事ができた。

ただし、事業終了後については、企業独自の取り組みを中心とすることとなり、当センターからの支援は通常の技術支援に移行するため、商品としてきちんと流通に乗せていけるような十分な支援ができない可能性が大きくなる。今後は、県や公益法人の実施する販売促進事業等、関係する支援機関の実施する各種支援メニューを活用して、企業と当センターの間の更なる有機的連携を作り、ヒット商品の創出を総合的に支援していきたいと考えている。