

背景

●デザインの解釈と県産品（県内中小製造業等）の現状

●デザインとは：

- ・一般的：形を整える、着色する等、**装飾的・表面的な行為**という捉え方（狭義の解釈）
- ・本来は：社会の課題やニーズを解決するため、製品やサービスを開発し提供する**設計プロセス全般**という考え方（広義の解釈）

●県産品（県内中小製造業等）の製品開発の多くは：

- ・工業製品：自社が得意とする技術がベース
- ・農水産品：海山の豊富で良質な素材が中心

※必要としている人に、必要な仕様の製品が、ちゃんと届いているのか？  
（ターゲットは？販路は？競合品は？差別化は？過剰性能・高額になってないか？…）

こんな凄い機能が付いてるのに何で売れないんだろう

こんなに美味しいのに何で売れないんだろう

開発者起点の製品開発

ユーザー起点マーケット起点

目的

- 県産品（県内企業）の課題解決と付加価値向上
- デザインを導入した商品開発の実施（誰に、何を、どこで）

ユーザー起点の開発手法の導入

内容

●県産品を対象にデザインプロセスを導入したユーザー起点の商品開発の実践



●五島椿油の開発  
（長崎県立大学と共同）

●椿油の特長：高い保湿性  
人の皮脂と同じオレイン酸を豊富に含む植物油

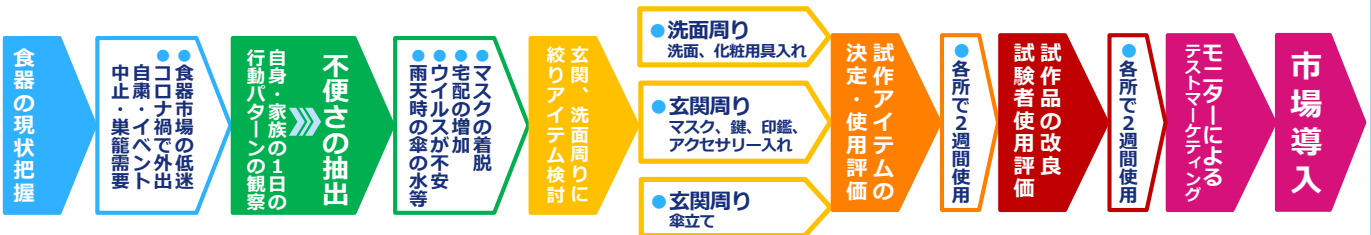
●開発のポイント：新たなターゲットの若壮年層向けフェイスクケア用品の開発



●波佐見焼の開発  
（活水女子大学と共同）

●波佐見焼の特長：時代のトレンドを取り入れたシンプルでカジュアルな器

●開発のポイント：新規市場の開拓  
食器以外の日常生活品の開発



まとめ

●開発品 企業・大学と共同でニーズを掘り起こしたユーザー起点の商品を開発

●研究成果

本研究によって得られた成果

ユーザー起点の商品開発

デザインプロセスの導入

企業経営者・担当者の育成



●フェイスマスク 2bK  
ネーミング：ツブキ（tsubakiの頭文字）  
ターゲット：若壮年層の女性  
ポイント：高保湿、フェイスクケア



●トレイ/容器 In/On  
ネーミング：イン/オン（入れる、置く）  
ターゲット：若壮年層  
ポイント：多用途、抗菌（衛生的）



●傘立て Paracil  
ネーミング：パラシル（鉛筆型の傘立て）  
ターゲット：若壮年層  
ポイント：パーソナル用、抗菌（衛生的）