

フォーラム 愛されるデザインの秘密

# サントリーの エクスペリエンスデザイン 8月23日(火)

顧客が商品やサービスに出会ったときに体験する「心地よい印象」「見たことのない驚き」「知的な喜び」「絶対的な安心感」など、従来求められていた機能や利便性を越えた、包括的な価値の提供に社会や企業の関心が集まっています。サントリーで30年以上に渡り、一貫して商品デザインやディレクションに携わってきた加藤芳夫氏が、BOSS、C.C.レモン、なっちゃん、DAKARA、伊右衛門など、誰もが知っている数々のヒット商品を生み出して続けてきた経験に基づくブランドの考え方、デザインへの落とし込み方、愛されるデザインの秘訣などを、トップクリエイターならではの視点でお伝えします。

- お客様のためになるものを提供(デザイン)する
- チーム制による商品開発のメリット
- 成功は3/1000。失敗の積み重ねが成功を生む!
- 「なっちゃん」を生んだ体験価値とは?
- パッケージから商品デザインへ
- ブランドは売る側ではなく、お客様の側にある
- きれいなだけのデザインはつまらない

- 対象 経営者、商品企画・デザイン担当、開発担当等
- 会場 大阪産業創造館 4F イベントホール
- 時間 午後2時～午後4時
- 受講料 3,000円
- 定員 100名



サントリー食品インターナショナル株式会社 開発イノベーション推進部シニアスペシャリスト  
クリエイティブディレクター

## 加藤 芳夫

1953年、名古屋市生まれ。1979年、愛知県立芸術大学デザイン専攻卒業、同年、サントリー株式会社デザイン室入社。1989年ごろより飲料事業のアートディレクター、2002年デザイン部長を経て、現職。主な開発ブランドに、鉄骨飲料、ボス、サントリー天然水、C・Cレモン、デカピタC、ダカラ、なっちゃん、丸茶、伊右衛門、ベジネット、金麦、のんある気分など。1998年から日本パッケージデザイン協会理事、2014年より代表理事 理事長。1997年から愛知県立芸術大学デザイン専攻非常勤講師。2003年から東京藝術大学デザイン科非常勤講師。2008年～多摩美術大学グラフィックデザイン科非常勤講師。2012年にペントアワード名誉賞を受賞。



大阪府

# 大阪府 デザイン オープン・カレッジ

# 2016



平成28年度受講生募集のご案内

# OIDC

Osaka Industrial Design Center

## 大阪府産業デザインセンター

### お申込み

次のいずれかの方法でお申し込みください。なお、お申し込み後、メール、ファックス等で受講票を送付しますので受講当日にお持ちください。(定員に達し次第締め切りますが、その際は電話等で連絡します。)

### ホームページ <http://www.pref.osaka.lg.jp/mono/oidc>

当センターホームページ内の「大阪府デザイン・オープン・カレッジ受講生募集のご案内」からお申し込みください。

### Eメール [info@oidc.jp](mailto:info@oidc.jp) / ファックス (06)6210-9505

受講されたいコース名、氏名、会社名、所属部署名、連絡先住所、電話番号、ファックス番号、メールアドレスをご記入のうえ、「オープン・カレッジ係」あて発信してください。

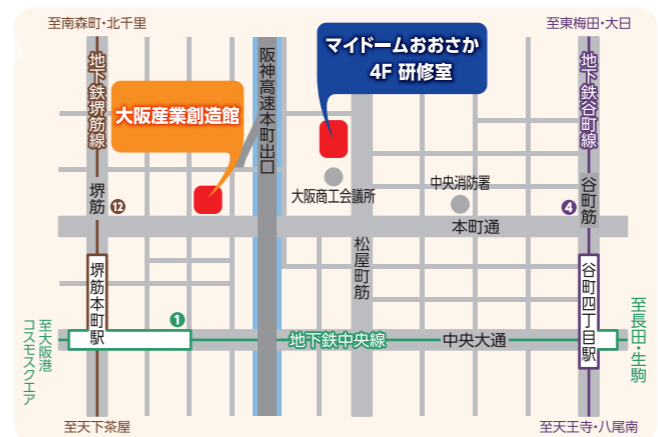
### 受講料

受講料(消費税込み)は各コースの受講当日、会場受付にて現金でお支払いください。(返金は出来ませんのでご了承ください。)なお、領収書は、個人の場合を除き、会社(団体)あてに発行します。

### お問い合わせ

大阪府産業デザインセンター オープン・カレッジ係  
TEL (06)6210-9491 FAX (06)6210-9505

### 会場アクセス



大阪市営地下鉄堺筋線・中央線「堺筋本町」駅①・②番出口から  
大阪市営地下鉄谷町線・中央線「谷町四丁目」駅④番出口から

## 大阪府産業デザインセンター

(大阪府商工労働部 中小企業支援室 商業・サービス産業課)

〒559-8555 大阪市住之江区南港北1-14-16 大阪府咲洲庁舎25階

### ご案内

「大阪府デザイン・オープン・カレッジ」は、1988年から四半世紀に渡り、様々な産業分野で活躍されている方々を対象に、より今日的なデザイン活用を促進するため、時流に合った関連情報をお届けするとともに、経営資源としてのデザインのあり方やデザイン開発に欠かすことのできない知識・技術を習得していただく機会の一つとして開講しています。

今年度は、「エクスペリエンスデザイン(体験価値)」をテーマに各分野でご活躍されている講師を招き、最新のデザイン活用事例から実践的なワークショップの実施と、充実した内容となっております。

皆様の「大阪府デザイン・オープン・カレッジ」への積極的なご参加お待ちしております。

平成28年6月

大阪府産業デザインセンター

## 大阪府 デザイン・オープン・カレッジ



大阪府 デザイン  
オープン・カレッジ  
これまでのあゆみ

顧客視点の新製品やサービス開発のヒントが学べる

## 理想のユーザー体験を提供するデザインプロセス

8月4日(木)・5日(金)

商品を購入する場合、顧客はどのように情報収集をしているのか?どのように購入の決断をしているのか?どのように購入後のアフターケアを受けているのか…。商品と顧客のタッチポイントを整理したうえで、あらゆる場面において顧客が同質の体験をしていることが理想的な顧客体験です。このカスタマーエクスペリエンス(CX=顧客体験)を軸としたデザインプロセスで重要なことは、顧客の行動を旅に見立てた「カスタマージャーニーマップ」を利用して、顧客が体験する価値を整理することです。本講座では「顧客が持っている隠れた期待と不安を把握し、デザインによって改善していくためのプロセス」について学びます。

- 講 義 顧客の隠れたニーズを把握する方法
- 演 習 「カスタマージャーニーマップ」で顧客の行動を追体験する
- 対 象 商品企画・デザイン担当、開発担当等
- 会 場 マイドームおおさか 4階 研修室
- 時 間 午後2時～午後5時
- 受講料 8,000円 (2日間)
- 定 員 30名



株式会社ロフトワーク シニアクリエイティブディレクター

## 重松 佑

日本大学芸術学部卒業後、バックパッカーをしながら映像作家として活動。ミュージックビデオなどの制作活動、Web制作会社でのクリエイティブディレクターを経て、2012年ロフトワーク入社。現在はシニアクリエイティブディレクターとしてブランディングを中心としたプロジェクトを担当。クリエイティブの仕事において最も大切なことは「良いチームを作ること」を信条に、型に囚われないプロジェクトのデザインを行う。



顧客のニーズは「感じて」共に「創る」

## 生活者の「心」を動かす商品企画のコツ

9月9日(金)・16日(金)

今や、生活者自身もニーズがわからない時代。だからこそ「生活者ととことん聞く」のではなく、「生活者と共にニーズを創造する」ことが必要です。そのためには、商品開発に携わるすべての人が、「調査」の枠を超えた「クリエイティブ活動」を行わなければなりません。具体的には、リサーチや分析スキルとは別の、「アンテナ力+共感力+価値引き出し力+結び付け力+遊び心(既成概念破壊力)」が重要となってきます。本ワークショップでは、生活者の持つ情緒的価値に着目するアイ・キューブが、15年間で積み重ねてきたノウハウの中から、これら、5つの力身に付け方を伝授します。

- 講 義 顧客とともにつくる「共創マーケティング」
- 演 習 ワークショップ形式による共感力ある商品開発
- 対 象 経営者、商品企画・デザイン担当、開発担当等
- 会 場 マイドームおおさか 4階 研修室
- 時 間 午後2時～午後5時
- 受講料 8,000円 (2日間)
- 定 員 30名



株式会社アイ・キューブ 代表取締役

## 広野 郁子

神戸市生まれ。1986年関西大学卒業、株式会社リクルート入社。新規事業の立ち上げや営業に携わる。リクルート退社後、消費生活アドバイザー資格取得。1997年三菱電機入社。冷蔵庫・携帯電話のマーケティング・商品企画に携わる。冷蔵庫「切れちゃう冷凍」は日経ヒット商品賞金賞を受賞。2001年アイ・キューブ設立。「マーケティングとデザインの融合」を掲げ、デザイン思考に基づくマーケティング、商品企画支援を行う。感度の高い女性モニター制度にもこだわり、生活者視点での価値創造に取り組む。取引先は、三菱電機、オムロンヘルスケア、ハウス食品、阪急不動産、関西電力、産業技術総合研究所など。関わった複数の商品が、全国の年間ヒット商品ベスト10に選ばれている。



AIoT(モノの人工知能化)時代のユーザー体験

## 人と家電の関係をデザインする

10月21日(金)・28日(金)

シャープではモノのインターネット(IoT)をさらに進めた「AIoT(モノの人工知能化)」を掲げ、家電製品に、より愛着を持ってもらえるための「ココロプロジェクト」を進めています。AIoTでは、音声対話、センシング、人工知能(AI技術)、嗜好理解、クラウド等との連携によって、従来の家電ではできなかった、顧客の好みや振る舞いから学習する「人に寄り添うパートナー」となる家電製品の実現を目指しています。本講座では、人と家電との新たな関係のあり方について考え、アイデア発想から提案までのデザインプロセスをワークショップ形式で体験します。

- 講 義 近未来のライフスタイルを拓く AIoT と情報家電
- 演 習 顧客の嗜好、対話や振る舞いから考えるモノのあり方
- 対 象 経営者、商品企画・デザイン担当、開発担当等
- 会 場 マイドームおおさか 4階 研修室
- 時 間 午後2時～午後5時
- 受講料 8,000円 (2日間)
- 定 員 30名



シャープ株式会社 ブランディングデザイン本部  
デザイン開発センター UXデザインスタジオ デザインチームリーダー

## 中田 裕士

2005年 早稲田大学大学院を首席修了。情報機器メーカーを経て2011年シャープに入社。以来、AQUOS スマートフォン、ロボホンなど通信システム関連の UX デザインに従事。担当製品にてグッドデザイン賞、iF DESIGN AWARD を受賞。またプライベートにおいてもアートユニット「電化美術」に所属し、制作活動を行っている。業務外での主な受賞歴として Prix Ars Electronica [the next idea] Honorary Mention、Mashup Awards インタラクティブデザイン部門賞など。



モノのサーフェイスが伝えるメッセージ

## CMFデザインによるイメージ共有と価値観の向上

11月17日(木)・18日(金)

例えば、「私にピッタリの色!」、「手触りが良さそうだ」など、色や質感は、人の五感に直接的に働きかけ、商品を購入する際の決め手となります。どんなモノにも存在するサーフェイス(表面)は、3つの要素COLOR(色)、MATERIAL(素材)、FINISH(仕上げ)で構成されており、CMFを的確に使えば、機能性やスタイル、美しさやグレード感など、商品コンセプトをそのモノ自身に語らせることができます。本講座では、講義と演習を通して、CMFデザインと「感性価値」の関係性について学び、CMFの可視化手法やイメージの共有化を体験します。\*CMFは株式会社FEEL GOOD CREATIONの登録商標です。

- 講 義 伝える体験：感性価値、経験価値
- 演 習 イメージする・伝える・リアライズする
- 対 象 商品企画・デザイン担当、開発担当等
- 会 場 マイドームおおさか 4階 研修室
- 時 間 17日(木) 午後2時～午後5時 / 18日(金) 午前10時～午後1時
- 受講料 8,000円 (2日間)
- 定 員 30名



株式会社 FEEL GOOD creation 代表取締役  
クリエイティブディレクター/デザイナー

## 玉井 美由紀

1993年武蔵野美術大学工芸工業デザイン学科卒業。株式会社本田技術研究所四輪デザイン室に13年間勤務。2007年日本初CMFデザインを専門とする株式会社FEEL GOOD CREATION設立。2008年～2013年オートカラーアワード審査員。2016年グッドデザイン賞審査員就任。武蔵野美術大学デザイン情報学科非常勤講師、その他講演多数。自動車、家電、インテリアなど幅広い業界に向けCMFデザイン、コンサルティングなどを行う。2011年、素材や加工技術にCMFデザインの視点を加え技術をデザインで伝える「CMF DESIGN LINK」の活動で一年に一度「青フェス」という展示会を主催・運営している。

