

ブランドのつくりかた
中小企業のためのブランディングデザイン
8月3日(木)

デザインの方で企業のブランドを高めようという動きが国内外で加速しています。ブランディングデザインとは、あらゆる業態において『商品・サービス・企業を、コンセプトや企画からトータルにデザインし、そこで作りだした「ほかとは違う価値」を確実に伝えていく』活動です。他者との差別化を行うことで、多くの人にブランド価値を伝え、手にとってもらう状況をつくり出します。セミナーでは、ブランディングデザイン概論に加え、デザインによりブランド力を上げ、売り上げアップに貢献してきた実例を基に、ブランディングデザイン活用の考え方、その実践方法のポイントをわかりやすく解説します。

- ブランディングデザインで日本を元気にする
- 優れたブランディングは、事業拡大のスピードを加速させる
- 一点に集中することが「差別化」のポイント
- ブランドは顧客との約束である

- 対象 経営者、商品企画・マーケティング・デザイン・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



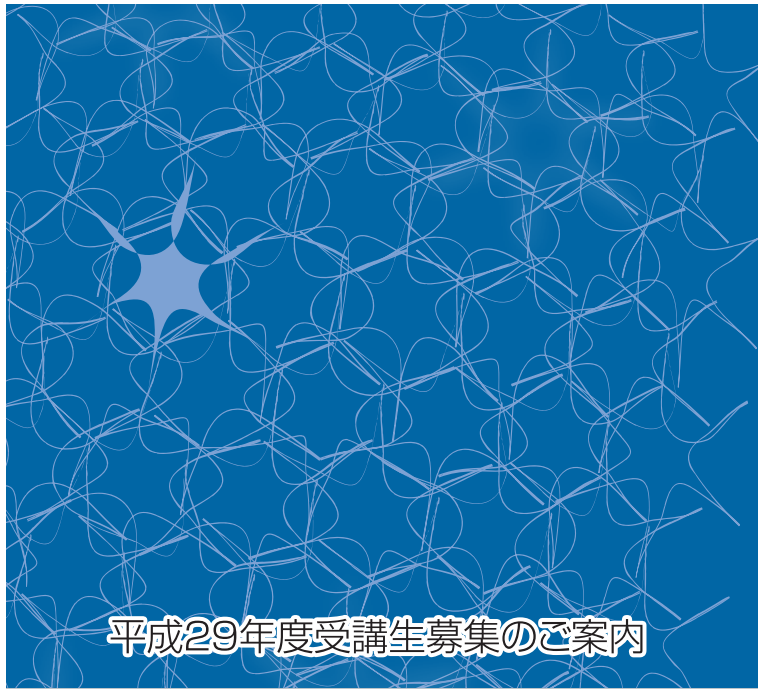
株式会社エイトブランディングデザイン 代表

西澤 明洋

1976年、滋賀県生まれ。「ブランディングデザインで日本を元気にする」というコンセプトのもと、企業のブランド開発、商品開発、店舗開発など幅広いジャンルでのデザイン活動を行う。「フォーカスRPCD®」という独自のデザイン開発手法により、リサーチからブランニング、コンセプト開発まで含めた、一貫性のあるブランディングデザインを数多く手がける。主な仕事にクラフトビール「COEDO」、抹茶カフェ「nana's green tea」、ヤマサ醤油「まる生ほん酢」、芸術文化施設「アーツ前橋」、iPhoneアルバムスキヤナ「Omoidori」、近鉄「上本町YUFURA」、新電力「erex」、博多「警固神社」、など。BBTオンライン講座講師。著書に『ブランドをデザインする!』など、NHKworld「great gear」出演。



大阪府 2017 デザイン オープン・カレッジ



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 / 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。

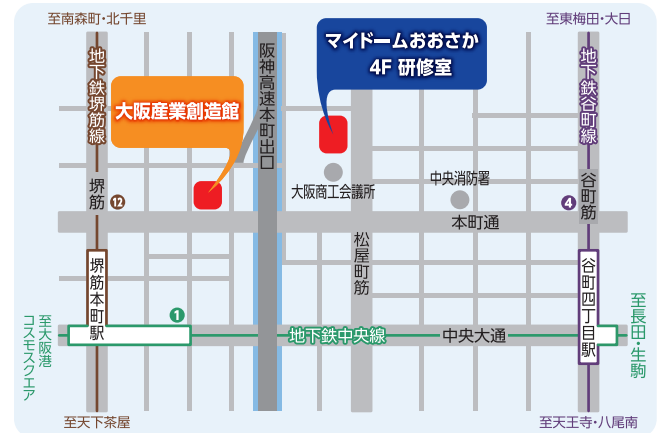
受講料

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・⑫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2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支援するため、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理解の促進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、「**共創型オープンイノベーションで生まれる価値**」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まで、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29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・カレッジのあゆみ

1988 1990 1992 1994 1996 1998 2000 2002 2004 2006 2008 2010 2012 2014 2016 2017

- デザイン開発手法導入(生活用品・繊維産業)
- CGセミナー&サロン(なにわグラフ)
- 感性科学・生活者研究講座
- 地場産業高度化コース(業界組合単位)
- ユニバーサルデザイン(高齢者のためのデザイン研究)
- デザイン・マネジメントコース(経営管理者のためのデザイン管理)
- 現代に生きる匠の技(デザイン特修)
- エコデザイン(サステナブルデザイン)
- インターネット・Webビジネス
- ブランド・マーケティング戦略
- デザイン発想・デザイン思考ワークショップ
- デザイン・フォーラム



伝統は革新の連続

グローバルに日本の伝統工芸を世界につなぐ

8月25日(金)・9月1日(金)

江戸時代後期から続く京和傘工房の日吉屋では、和傘の技術を活かした「古都里」・「MOTO」等のモダンな和風照明を開発し、今では世界各地で販売しています。日吉屋で15年間取り組んできたブランディングのノウハウと人脈をもとにTCI研究所を立ち上げ、独自スキームを開発して同じように海外展開を考える企業へのアドバイザー事業を実施しています。本講座では、海外展開に目を向けた「新商品企画・開発」、「販路開拓」のためのグローバルローカライゼーションをテーマに、伝統と革新を融合するためのワークショップを行います。

- 講義 グローバルニッチに適應するものづくり
- 演習 「プロダクト」をテーマに、グローバル・ローカライゼーションに対応した商品コンセプトを考える
- 対象 経営者、商品企画・マーケティング・デザイン・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



株式会社日吉屋 五代目当主 / 株式会社TCI研究所 代表取締役

西堀 耕太郎

1974年、和歌山県生まれ。高校卒業後カナダに留学。帰国後地元市役所に勤務。結婚を機に和傘職人の道を選び、日吉屋の5代目を継ぐ。2003年、株式会社日吉屋代表取締役。「伝統は革新の連続」を企業理念に、ネット販売やメディアと連動した新しい京和傘のブランディングに取り組む。2006年、和風照明「古都里-KOTORI」シリーズを発表。グッドデザイン賞特別賞、新日本様式100選、FORM2008、iFプロダクトデザインアワード等を受賞。「グローバル老舗ベンチャー」を標榜し、国内外で活動中。2012年、海外展開・新商品開発等に挑戦する中小企業を支援するTCI研究所設立。



非デザイナーにも役立つデザイン思考

創造的問題解決の基礎スキルを学ぶ!

9月15日(金)

デザイン思考は、新規事業や新商品・サービスの開発に役立つものですが、デザイン思考のプロセスを辿っても、自分自身の思考スタイルそのものが創造モードに変わっていなければ、新しいものを創り出すことは難しくなります。本ワークショップでは、デザイン思考を実践する際に肝となる、最も基本的な思考法である、「ビジュアルシンキング」、「アナロジー（類推）思考」、「ストーリーテリング（物語化）」などの方法を学び、思考のジャンプを促す創造的思考を実践するためのスキルを身につけます。

- 講義 デザイン思考で前提となる右脳の活用の仕方を理解する
- 演習 (1)アナロジーの活用による思考の飛ばし方を学ぶ
(2)ストーリーテリングを活用し、ユーザー体験を物語る
- 対象 経営者、商品企画・マーケティング・デザイン・開発担当等
- 会場 マイドームおおさか 4階 研修室
- 時間 午前11時～午後6時(1時間休憩を含む)
- 受講料 8,000円
- 定員 30名



株式会社 biotope 代表取締役社長

佐宗 邦威

東京大学法学部卒。イリノイ工科大学デザイン学科 (Master of Design Methods) 修士課程修了。P&Gにて、ファブリーズ、レノアなどのヒット商品のマーケティングを手がけた後、ジレットのブランドマネージャーを務めた。ソニー(株)クリエイティブセンター全社の新規事業創出プログラム (Sony Seed Acceleration Program) の立ち上げなどに携わった後、独立。B to C 消費財のブランドデザインや、ハイテクR&D のコンセプトデザインやサービスデザインプロジェクトを得意としている。著書に「21世紀のビジネスにデザイン思考が必要な理由」他。



円滑なアイデア出しのために…

デザイン図解士に学ぶ「思考のクロッキー」

9月21日(木)・28日(木)

図解といえば「パッと見て、わかる」ことが魅力ですが、加えて「デザイン図解」は、アイデア発想や、グループワークにおける相互理解、課題発見などを目的とした「創造的な図解」スキルです。中でも「絵」の力は、発想や伝達のうえで、とりわけ大きな力を持ちます。ただ誤解のないように書き添えると、大事なことは決して「絵がうまいか下手か」ではありません。本講座では「文字を書くように」絵を描くことで、日々の創造活動の手助けとなる有効なスキルを学びます。

- 講義 思考のクロッキー「デザイン図解」の理論と事例
- 演習 (1)基礎編：“文字を書くように”絵を描くワークショップ
(2)実践編：“思考のクロッキー”で“会議”しよう!
- 対象 商品企画・マーケティング・デザイン、開発担当者等
- 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



アトリエ・カプリス 代表 / デザイン図解士

岩田 直樹

2008年、アトリエ・カプリス開業。四半世紀にわたるデザイン活動の経験をベースに、デザインの面白さ、有効さを、たくさんの方に知っていただくために「デザイン図解」を展開。「みえる、と、うごく」を掲げ、ビジネスモデルの視覚化をはじめとする、伝えるためのコンサルテーションからデザイン制作まで、一環したサービスを展開。分かりやすさには定評あり。神戸芸術工科大学非常勤講師。国立明石高専非常勤講師。



データから消費者の本質を理解する

顧客の価値観に基づくコミュニケーションデザイン

10月26日(木)・27日(金)

情報過多の現代において、企業からの一方的なメッセージは顧客から無視されるだけでなく、企業や商品の印象を悪くする恐れすらあります。顧客のことを深く理解した細やかなコミュニケーションが企業にとっては理想ですが、自社データだけでは顧客の一面しか見えないという課題があります。これに対し、シナジーマーケティングでは多方面から収集した消費行動や反応のデータに「価値観」という共通の基準から意味づけを行い、顧客理解につなげています。本ワークショップではこの技術を活用した顧客の類型化とコミュニケーションデザインを体験していただけます。

- 講義 「価値観マーケティング」の理論と事例
- 演習 価値観タイプ別にチームを組み、他チームを顧客とみただたコミュニケーションデザインと相互評価
- 対象 商品企画・マーケティング・デザイン、開発担当者等
- 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



シナジーマーケティング株式会社 データマーケティング室 室長

後迫 彰

1996年、京都大学農学部を卒業後、宝酒造株式会社に入社。研究、開発、マーケティング、営業等の業務を経て2003年インテックスデジタル(現シナジーマーケティング)に入社。営業業務の傍ら顧客管理システム「Synergy!」の企画プロジェクトメンバーとしてプロダクト立ち上げに従事。営業マネージャー、INSIGHT-BOX事業推進室長を経て、現在データマーケティング室長を務める。

