

伸びる会社の

『デザイナー活用術』

< デザインは・・・マルチ資産 = 活かし方はいろ色 >

大阪府立中之島図書館ビジネスセミナー | 伸びる会社のデザイナー活用術 with you LLP 01

INDEX	
< 伸びる会社の デザイナー活用術 >	
□ デザイナーを 活かして(せて)います? = 不安・不満・懸念	03
■ 図書館は「知」の集積地 = 美術館・博物館は「刺激」の宝庫	04
□ 企業もデザインも「人しだい」 = タイプ別 特性・適正・相性・評価	05～08
◆ 知っておこう デザイン と デザイナー	09～16
■ 知っ得 情報 / 法則・トレンド・現象・キーワード	17～30
◎ 実践マニュアル	31～35
(1) フローチャート (2) 4つの市場 (3) 変える/替える・・・	
(4) 対人距離と位置 (5) デザイナー活用で成果を出す算式	
★ 40余年の活動事例	36～40
(1) ODIN-D: 3件 (2) しせいかつ: 1件	
◇ まとめ/ありがとう御座いました。詳しく(続き)は次の機会に・・・	41～43
	「感謝」

大阪府立中之島図書館ビジネスセミナー | 伸びる会社のデザイナー活用術 with you LLP 02

□ デザイナーを活かして(せて)います？

< 不安・不満・懸念 >

《不安の解消 = 確率は 50 : 50 》

デザインは当たり外れが大きく
心配

【依頼者の不安・不満・懸念】

- * 良否が分からない
- * 成果は大丈夫？
- * デザイン費用が心配
- * 知財の権利は？

仕事の手離れが悪くないか
心配

【デザイナーの不安・不満・懸念】

- * 値切られないか？
- * 便利屋使いでは？
- * 信頼されているか？
- * 依頼内容が抽象的？

相性

信頼関係
(パートナーシップ)

ビジョンを明確に伝達 >>>>

<<<< デザインの狙いを説明

< ピグマリオン効果 を活用すれば >

pygmalion effects=期待に応えようとする傾向/効果

- * スポット依頼 : 即座の企業力UP は難だが、依頼案件の質は向上
- * 長期契約依頼 : 企業力UP が図れ、ブランド力と事態即応力が向上

大阪府立中之島図書館ビジネスセミナー | 伸びる会社のデザイナー活用術 with you LLP 03

■ 図書館は「知」の集積地 ■

< 美術館・博物館は「刺激」の宝庫 >

図書館「知」の集積地

政治・人口

文化/コト・行為
Contents 産業

人種・社会

コンセプト系 - D

- ・コンセプト D
- ・ソーシャル D
- ・フィロソフィー D

ビジュアル系 - D

- ・コマニシャル D
- ・コミュニケーション D
- ・インフォメーション D

メンタル系 - D

- ・エンタテイメント D
- ・ヘルス・フィットネス D
- ・イベント・サポート D

資源
も 金 人 情 報

エンジニア系

形式知 (論理の世界)

アート系

暗黙知 (情感の世界)

マネージメント系 - D

- ・ガイド D
- ・ストラテジー D
- ・サービス D

インダストリアル - D

- ・プロダクト D
- ・デバイス D
- ・クラフト D

ライフスタイル系 - D

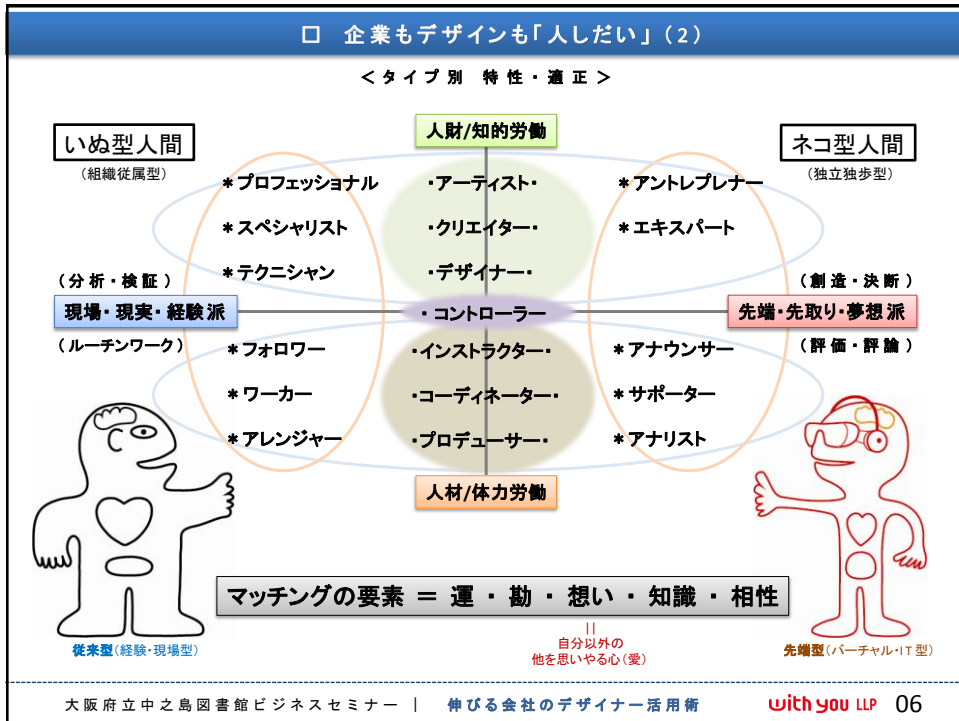
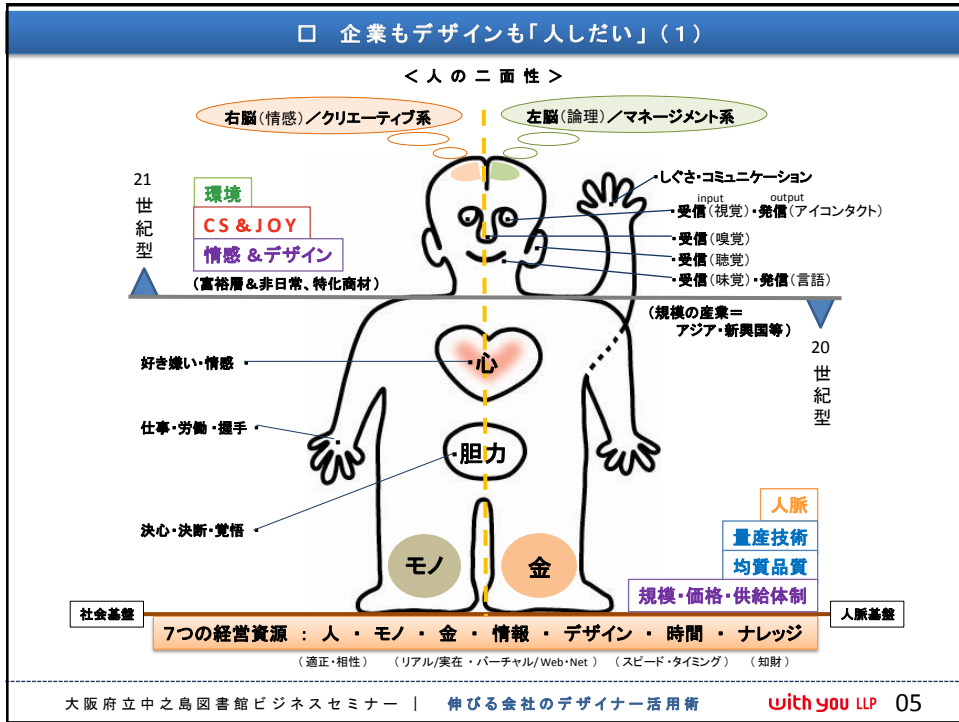
- ・インテリア・テキスタイル D
- ・エデュケーション D
- ・フード・デザイナー D
- ・ファッション・アプリケーション D

文明/もの・装置
Technology 産業

経済・資源

生活・心理

大阪府立中之島図書館ビジネスセミナー | 伸びる会社のデザイナー活用術 with you LLP 04



□ 企業もデザインも「人しだい」(3)

< 企業は人なり、デザインも人なり / 人のタイプを知る >

《知的職種4タイプ》

《印象別働き方》

【彼を知り、己を知って 相性を見分ける】

* 人には「With You型」と「For You型」がある / 人物分析はP.08の「適正数値化図」を活用し 相性を探す *

大阪府立中之島図書館ビジネスセミナー | 伸びる会社のデザイナー活用術 with you LLP 07

□ 企業もデザインも「人しだい」(4)

< タイプと別(人的資産)の評価 >

《人: 4つのタイプ》

I型＝ルーチンワーカー/作業員 (全体の9割強)
 II型＝事務/管理業務系スタッフ (I型の6割弱)
 III型＝開発/設計/マーケティング (I型の3割弱)
 IV型＝部門長級/経営戦略担当 (I型の1割弱)

《適正の数値化》

* 評価は、自己と他者、評価者毎に異なる事多し。
 (評価は、上司、部下、同僚、友人、家族にも依頼するがよし)
 * 評価の結果は、時代や環境で異なるのが普通。
 (評価表は、能力より職業適性の見極めや社員教育に有効)

▶ 非適正損失を試算する

▶ 年功序列の負債はいくら？

▶ 再教育費を試算する

大阪府立中之島図書館ビジネスセミナー | 伸びる会社のデザイナー活用術 with you LLP 08

◆ 知っておこう デザインと デザイナー (1)

< ロングライフデザインの概念と要素 >

《デザインを活用の要素》

出会い・運 (chance)

デザインを **活かす** 成果を出す 5つの要素

- 想い (motivation)
- スピード (quick response)
- 知識と勘 (inspiration)
- 相性 (with you)

● 出会いを活かすには、強い思いとスピードをもって知識と勘を働かせ、相性が合えば 協働する。

● (注)：如何なる時も「契約書」を忘れず。

インハウス フリーランス

《デザインの概念》

- **デザインは感性的経営資産(知財)**
* 資産の活かし方(得する・損する)は想いと知恵次第。
* 賞をとっても売れず、JOY がなければバッドデザイン。
- **デザインは時代の羅針盤(社会学)**
* 人間の欲と愛と希望と夢を見せる「魔法の鏡」。
- **デザインはサービス業(心脳学)**
* 人はいつもゲストで居たい。だからサービスが基本。
- **デザインは飲食業(食品学)**
* 生も乾物もあるが、何れも素材とその「活かし方が命」。
- **デザインはテクノロジー(未来学)**
* いつの時代もデザインが、先端技術を見る化してきた。
- **デザインは生きる形(人間学)**
* 衣食住も、恋も 娯楽も 生活も 宗教も 生き甲斐も!!
それぞれにそれぞれのデザイン

(注)【勤務デザイナーと自営デザイナーとでは判断基準が異なることが多々ある】

大阪府立中之島図書館ビジネスセミナー | 伸びる会社のデザイナー活用術 with you LLP 09

◆ 知っておこう デザインと デザイナー (2)

< 市場と3者の役割 >

《買う(使う)人・うる人・つくる人》

生きる / 自制 活きる / 自活

時間節約・時間消費
ハード/モノ ソフト/コト

(提携者/affiliateと提案者/proposer)
買う/使う・ずてる
(サービス・便利)
★ 欲望の形が常に変化 ★

Merchandising & Promotion (信頼・期待・感動の高級販促プラン) Marketing & Designing (環境・IT・時代性視点からの市場開拓)

5W2Hの明確化と視覚化は? ... B to C (モノ/販売・コト販売・サービス販売) B to C (モノ・情報) (量産品、限定品) ... それはオンライン1 or ナンバー1? (モノづくり・JOYづくり)

うる (委託・直販) (リアル・Web) 情報人 つくる (モノ・情報) (量産品、限定品)

金

(仕組み・P/B開発) 市場活性化 ... 相互進出 ... 他と差異化 (独自技術と商品の開発) (ブランド確立/国内外)

競争 / 協創 MOT 改善 / 革新

Management of Technology (経営技術)

お客は誰か? 感謝状は? <... (* 指針の徹底度は? * プレーイングリーダーはいるか? * バリアフリー度は? * 評価は適切か?) ... > 向か足りなくはないか?

感情的要因 確定的要因 社会的要因 観念的要因

(経路・資金・技術) (購買・仕組み) (時代性・地域性) (規模・体制) (人工・文化・歴史)

B to B = 上下関係(系) >> パートナ >> tie-up >> SPA(A-Z) >> 6次産業化 => 地産地消(グローバル) & 自作自販の2極化
B to C = 一方通行(企業主導) >> 並大時代(ステアス) >> マーケティング >> デザイン/嗜好の時代(お客主導) => 企画はユーザーが
C to C = 個人から個人へ(クリエイターの手メイド品) >> 量産品やビジネス商材にない魅力 => **新しい市場の形**

大阪府立中之島図書館ビジネスセミナー | 伸びる会社のデザイナー活用術 with you LLP 10

◆ 知っておこう デザインと デザイナー (3)

< ロングライフデザインの概念と要素 >

《デザインのパポジション》
(デザインは「技術」と「芸術」を「経済」ベースでつなぐ)

キーワード
インターバル・インタラクション・サステナブル

《経営資産とデザイナー》
(デザインは、人が生きる全ステージの潤滑油)

キーワード
好奇心・適正・スピード・検証・決断
《デザインの領域は5つ/デザイナーの領域も5つ》

大阪府立中之島図書館ビジネスセミナー | 伸びる会社のデザイナー活用術 with you LLP 11

◆ 知っておこう デザインと デザイナー (4)

< デザイナーの役割 >

《デザイナーの思考&テリトリー》
(近年デザイナーは、「コントローラー」としての役割も求められている)

※ 日本はすでにアナログ時代に原点復帰 = モノから「時間+絆+手作り」へ = モノ勝負はBOP市場やVISTA経済圏で
※ 時代と共に環境も価値観も変わる = だから常に半歩先の視点が大事 = 半歩先の視点加減が成否を分ける ※

大阪府立中之島図書館ビジネスセミナー | 伸びる会社のデザイナー活用術 with you LLP 12

◆ 知っておこう デザインとデザイナー (5)

< デザイナーの思考 >

《 デザイナーは KTC & LTC 》

know & learn

① 時代を
知る・学ぶ
自己(実力)を知る [強み・弱み] | 他者(世間)を知る [実情・歴史]

② 仮説
特化・専門化 | 三方よし | 心算学と先端機材
拡大・商社化

比較
進路目標 | 検証観察 | 結果を

think | **check & create**

考え・思う | 検証・対策
発見・把握 | 仮説・立案 | リノベーション [主体領域] | イノベーション [新領域]

判断 | 記録

戦略 | 戦略 | 戦略
一人屋台方式 | 実行・体験 | モジュール方式
(設計～販売まで1人で) | (チームで/分業体制)

③

* 仕事の手順: ①実態を数値で把握 → ②複数進路(目標)毎に課題を想定 → ③戦略に基づき実行 → ④結果を検証*

* 課題の立案基準: ①対象客が感動するか? → ②独自性/新規性は? → ③収支(採算性)は大丈夫か?*

* 実行の基準: MOTをタレントマネジメント(個の才能・特性管理)レベルまで昇華させる*

* キーワード: 「女性+5S (心/情感・センス・スマート・スピード・シングル)」*

spirit sense smart speed single

大阪府立中之島図書館ビジネスセミナー | 伸びる会社のデザイナー活用術 with you LLP 13

◆ 知っておこう デザインとデザイナー (6)

< いろいろなデザイン領域 >

☆ 《 デザインもいろ色、デザイナーもイロ色 》 ☆

☆ (誰に 何を どう頼むか?) ☆

☆ ☆ ☆ ☆ ☆ ☆

・ランドスケープD

・グランドD

・ライフD

・コンテンツD

・ビジュアルD

・プロデュース

・Web/Net

・with you

・スペース・建築D

・インテリアD

・モノのD

・装飾品のD

・ファイナンス

・エコノミー

・エコロジー

・就労・労働

・ビジョン

・サービ

・フォロー

・ファッションD

・ヘルスD

・ホビーD

・サポートシステム

・セールスプロモート
(衣・食・住・遊)

理念系 | コト系 | もの系 | 基盤系 | 仕組み系 | サポート系

■ 狭義のデザイン領域(日常・旬) / 戦闘 ■

■ 通常のデザイン領域(1~2年) / 戦術・実戦・GDP ■

■ 広義のデザイン領域(3~5年) / 中期計画・戦略・GNC・GTP ■

..... 将来ビジョンのデザイン領域(5年以上) / 理念・共生・GHP

【デザイナーは8タイプ=「イヌ・ネコ型」×「感性・論理派」×「実務・マネージ型」】

大阪府立中之島図書館ビジネスセミナー | 伸びる会社のデザイナー活用術 with you LLP 14

◆ 知っておこう デザインとデザイナー (7)

< デザインの役割 >

《デザインは文明(技術)とアートの架け橋》
(デザインは世につれ 世はデザインにつれ)

大阪府立中之島図書館ビジネスセミナー | 伸びる会社のデザイナー活用術 with you LLP 15

◆ 知っておこう デザインとデザイナー (8)

< フィーと契約 >

《デザインフィー》

◆ 一人前になる費用 = 4.5~8億

- ・税込み年収：¥300万 × 経費2.5 × 6年 × 育成確率10% ≒ 4.5億。
- ・オールマイティなプロが育つ確率 = 100人に1人以下と言われている。

◆ デザインフィー算出式(例)

時間 × 時間単価 × 難易度 × 諸経費

($\frac{\text{年収}}{\text{年間労働時間}}$) (0.8~1.3) (5%)

- ・算出式は人により 会社により 業界により異なりますのでご注意ください。
- ・契約方式(スポット・継続・他)や、仕事のボリュームなどでも異なります。

◆ 成果報酬方式(with you 方式)もあり

- ・売れなければデザイン料金「ゼロ」=デザイナーもリスクを負うという契約。
- ・利益配分は……1/3が次への投資、1/3は企業、1/3はデザイナー。

《デザイン契約》

- 1) 依頼内容を明確にしておく
 - ・無料デザイン相談等を活用し、考えをまとめておく。
- 2) 適性・相性を見極める
 - ・依頼条件や求めるものに合わせ、最適デザイナーを選ぶ。
 - ・まずはスポット依頼 → 回数を重ねて適正・相性を見る。
 - ・相性は特に大事。過去の実績や作品からセンスを確認。
- 3) 依頼は書面をもって行う
 - ・依頼内容やフィーの精算方式は「契約書」に明記しておく。
 - ・PATや著作権(知財)、ロイヤリティーなども契約書に記載する。


大阪府立中之島図書館ビジネスセミナー | 伸びる会社のデザイナー活用術 with you LLP 16

■ 知っ得 情報-(3)

< 伸びる会社の「基礎知識」>

《 スモールステップの法則 》

◆ 今は変化の激しい時代です。生き残るには「策」が必要！◆



* 「あがれない」と思えば「上がれない」

* 一段一段 階段をあがる時代は終わっている？

大阪府立中之島図書館ビジネスセミナー | 伸びる会社のデザイナー活用術 with you LLP 19

■ 知っ得 情報-(4)

< 伸びる会社の「基礎知識」>

《 ジョハリの窓 》

自分	秘密の窓 自分だけが知っていて 他人は知らない。	知らない
	開かれた窓 自分も他人も知っている。	
知っている		閉じられた窓 他人が知っていて 自分だけが知らない。
		他人

アメリカの心理学者ジョセフ・ルフトとハリー・インガムによる対人関係や自己認識に関する理論／1955発表

大阪府立中之島図書館ビジネスセミナー | 伸びる会社のデザイナー活用術 with you LLP 20

■ 知っ得 情報-(5)

< 伸びる会社の「基礎知識」>

《 SWOT 分析 》

* 彼を知り 己を知れば 百選して危うからず(孫子) *

The diagram is a 2x2 matrix. The top row is labeled '外部環境' (External Environment) and the bottom row is '内部環境' (Internal Environment). The left column is 'チャンス' (Chance) and the right column is 'ピンチ' (Pinch). The four quadrants are: Top-Left (Opportunities) '機会', Top-Right (Threats) '脅威', Bottom-Left (Strength) '強み', and Bottom-Right (Weaknesses) '弱み'. The English terms 'Opportunities', 'Threats', 'Strengthen', and 'Weaknesses' are also present. A note at the bottom right says '(「外部環境」と「内部環境」の把握が最重要)'.

大阪府立中之島図書館ビジネスセミナー | 伸びる会社のデザイナー活用術 with you LLP 21

■ 知っ得 情報-(6)

< 伸びる会社の「基礎知識」>

《 2つのポートフォリオ 》

—商品構成ミックスPPM—

This matrix plots '競争力' (Competitiveness) on the y-axis and '価格' (Price) on the x-axis. The y-axis is divided into '情報系' (Information) and '必需品' (Necessities). The x-axis is divided into '技術系' (Technology) and '趣味系' (Hobby). The four quadrants are: Top-Left '納得品 (値ごろ感)', Top-Right 'ブランド品 (希少・独創品)', Bottom-Left '必需品 (コモディティー)', and Bottom-Right '競争品 (トレンド品)'. A diagonal line from top-left to bottom-right is labeled '成長期の領域' (Growth stage area). Three dashed lines are labeled '1. 成長期の領域', '3. 競争期の領域', and '5. 淘汰期の領域'.

—PPM(プロダクトポートフォリオマネジメント)—

This matrix plots '成長性' (Growth Potential) on the y-axis and 'シェア' (Share) on the x-axis. The y-axis is divided into '情報系' (Information) and '必需品' (Necessities). The x-axis is divided into '技術系' (Technology) and '趣味系' (Hobby). The four quadrants are: Top-Left '金なる木 (儲ける商品)', Top-Right '金なる木 (儲かる商品)', Bottom-Left '負け犬 (お荷物商品)', and Bottom-Right '問題児 (中途半端商品)'.

大阪府立中之島図書館ビジネスセミナー | 伸びる会社のデザイナー活用術 with you LLP 22

■ 知っ得 情報-(7)

< 伸びる会社の「基礎知識」>

《 一般的 PDCA 》

《 how-to型 PDCA 》

* 最近 一般的 PDCA が役に立たない事態や状況が増加/HOW-TO型はそれの実践型アレンジタイプ *

大阪府立中之島図書館ビジネスセミナー | 伸びる会社のデザイナー活用術 **with you LLP** 23

■ 知っ得 情報-(8)

< 伸びる会社の「基礎知識」>

*** STP (マーケティング手法)**
 (P・コトラー)
 ・Segmentation(切り口)
 ・Targeting(客層)
 ・Positioning(地位)

*** 販売の4P**
 (P・コトラー)
 ・Product(商品)
 ・Price(価格)
 ・Place(販路)
 ・Promotion(販促)

*** 品質の4M**
 ・Material(材料)
 ・Machinery(機械)
 ・Method(方法)
 ・Man(人間)

《 商品サイクル 》

◆ 商品の「ライフサイクルの二極化」が言われて久しいが、最近 頃にその傾向が顕著。
(一発品と定番品に分化)

勿論 その内容は業界ごとに違い、一般論的視点(過去の経験/常識)では判断を誤る。

↓

ヒントは現場に!

(部屋で数字を見ていても 明日は見えない)

大阪府立中之島図書館ビジネスセミナー | 伸びる会社のデザイナー活用術 **with you LLP** 24

■ 知っ得 情報-(9)

< 伸びる会社の「基礎知識」>

《 成功の図式 》

Motivation (動機付けをし)
Mission (社会的使命を持って)
Vision (展望見通しをたて)
Passion (情熱をもって)
Decision (決断し)
Action (行動を)
Continuation (継続する)

7ion (行動指針)
5W2H (デザイン発想)
Power (企業力)

成功

指針・基準

キーワード
5Why × 5How × 継続

When (いつ)
Where (どこで)
Who (誰が)
Why (何の為に/なぜ)
What (何を)
How much (いくらで)
How (どの様に)

財力 (集金力 運用力)
組織力 (ネットワーク力 変化への対応力 (発想力×判断力×行動力))
人財力 (知力×覇気×気遣い)

↑ 伸びる・お客様視点
↓ ものづくり・企業視点

大阪府立中之島図書館ビジネスセミナー | 伸びる会社のデザイナー活用術 with you LLP 25

■ 知っ得 情報-(10)

< 伸びる会社の「基礎知識」>

《 マズローの欲求6段階 》

(2011年5段階から6段階に/エンシカルethical=環境安全や社会貢献・利他的意味が付加)

生理的(根源的)欲求 (生存の欲求・本能)
安全安心の欲求 (安定思考)
親和(帰属)の欲求 (愛と所属の欲求)
自我自尊の欲求 (認知・自我の欲求)
自己実現の欲求 (創造・創作の欲求)
奉仕の欲求 (自己超越/生き甲斐)

市場規模

欲求度合

日本
発展途上国
経済富裕国

△ 成長欲求 (求道の世界) △ 欠乏欲求 (物欲の世界) △ 探究欲求 (滅私・無私) △ 精神・感情・嗜好的欲求 (モテ・シメ・Pの欲求) △ 労働・就労の欲求 (基本的生存本能)

△ コトの世界 (E.Qの世界) △ モノの世界 (I.Qの世界)

△ 感動 △ 満足 △ 納得 △ 我慢・不満

△ 個別化=自作自消費現象 (デスクトップ・パブリッシング+IT)
△ 2極化=ローライゼーション&エリア化 (生産の現地化) (市場の拡大・拡散) (地域特産品) (地域特産品) (囲い込み)
△ グローバル化=均質化 (大量生産/技術革新) (価値・価格の下落) (コモディティ化=必需品化)

大阪府立中之島図書館ビジネスセミナー | 伸びる会社のデザイナー活用術 with you LLP 26

■ 知っ得 情報-(11)

< 伸びる会社の「基礎知識」>

《 欲求(本能)のペンタゴン 》

■ = 人間としての「精神的・心の充足欲求」
■ = 生物としての「本能的欲求」/モノ重視

《 高次の欲求 = LOHAS 》
(Lifestyle Of Health And Sustainability)

- ・健康と地球環境を意識したライフスタイル
- ・持続可能な社会を意識した生活スタイル
- ・自然でヘルシーな食品やケア製品の愛用
- ・自己啓発への投資、啓蒙

*先進国ではLOHASは今や普通の発想
(昔の「ジャパンスタイル」が目目されている)

大阪府立中之島図書館ビジネスセミナー | 伸びる会社のデザイナー活用術 with you LLP 27

■ 知っ得 情報-(12)

< 伸びる会社の「基礎知識」>

《 パラダイム シフト 》

無限の信仰
強者が正義
搾取の時代

サイバー/グローバル化
単身+2人世帯=50%
環境問題

サスティナブル
サムシング・グレート
協調/共生の時代

「垂直統合型」 → 「水平分業型」

||

モノと経済

(発展/拡大社会)

物的資源争奪の時代
《 自然資源+人力資源(統率力) 》

(差異性の減少)

規範の転換

(価値観の多様化)

「ソフト&サービス」と「売る仕組み」

||

信愛と感性

(成熟/高齢社会)

知財/人的資源争奪の時代
《 地上資源+知能資源(感性力) 》

《モノ主体》

-IQの世界-

知能指数 (Intelligence Quotient)
データ化可能領域 / PAT など

→ 【コモディティー化】 ←

(目的別・場別・ほど程 = 価値観の転換)

《情感主体》

-EQの世界-

情動指数 (Emotional Intelligence Quotient)
データ化: 難・不可領域/量感・感性(5感6感の世界)

大阪府立中之島図書館ビジネスセミナー | 伸びる会社のデザイナー活用術 with you LLP 28

■ 知っ得 情報 - (13)

< 伸びる会社の「基礎知識」>

《 法則 & うんちくネタ 》

- * 10-1 の法則 (やる人、やらない人の比率)
- * 1:29:300の法則 (ハインリッヒ/災害の法則)
- * 2:8の法則 (2:6:2の法則ともいう)
- * 3の法則① = みんなは3人。多くは3割
- * 3の法則② = ヒットは3割。人の話も3割
- * 3の法則③ = 決断は3秒。時間基準は30分
- * 3の法則④ = 3人寄れば... 石の上にも...
- * 3の法則⑤ = 3源主義 (現場・現地・現状)
- * 3の法則⑥ = 3比 (前年対比・他者比・目標比)
- * 3の法則⑦ = 3上 (馬上・枕上・廁上)
- * 3の法則⑧ = 3中 (夢中・湯中・歩中)
- * メラビアン の法則 (目6、耳2、鼻1、他1)
- * 正誤の法則 (見た目、肩書き、ネームバリュー)
- * 運を呼ぶ言葉と心得
 - ・「ハイ」の返事 と「有難うございます」
 - ・いつも初心 ・いつも笑顔 ・いつもメモ魔
- * ダブルバインド (相反する指示は混乱を招く)
- * 4つのジンザイ (人在・人材・人財・人罪)

《 時代のキーワード 》

- * 人口: 「少子高齢国」と「多産国」
- * 資源: 「食糧・水・空気・エネルギー」
- * 資産: 「人・チーム・技術」
- * 環境: 「自然 (破壊) ・人工 (公害)
 - : グローカル・スマートシティー
- * 技術: 「IT (バーチャル) ・RT (リアル)
 - : スローテック ・クイックテック
 - : モジュラー方式 (ブロック方式)
 - : エジソン方式 (色々やって当てる)
- * 社会: 「健康・安全/安心・癒し・シングル
 - : ゼロE・サステナブル・インタラクション
- * フレーズ: NICE、WITH、三方善
- * 現象: DTP、自作自販、1人メーカー
- * 言葉: interval, interactive, sustainable
 - : マイクロ金融、エンジェル、自立
 - : TQM, TPM, IR, GNC, GHP

■ 知っ得 情報 - (14)

< 伸びる会社の「基礎知識」>

《 うんちくネタ 》

《 一般的ネタ 》

- * 「伝統とは、革新の連続」を言う (イノベーション)
- * 「脱皮しない蛇は死ぬ」/ヤドカリも殻を替える
- * 「成熟 (期) は終焉 (期) と同義 / そこに明日は無い
- * 「魚の棲まぬ池で魚釣りは出来ない」。
- * 「知っている (解っている) 事」と「出来る事」は別。
「出来る事」と「やって (して) いる事」は別。
- * 「やじ馬根性 (精神)」は大事 / 何事も好奇心
- * 「旬」の言葉
/ ドラゴン桜 ・ 鉄拳 (ばらばら漫画)
- * 故松下山之助氏 語録 / (今はそれに+JOY)
 - ① 考えを売る。 ② 人格を売る。 ③ 真心を売る。
 - ④ 優良品を売る。 ⑤ 良き (善) サービスを売る。
- * 今はもう コトラーの「マーケティング3.0」
- * プロスペクト理論 (心理的見地の期待効用論)
prospect (期待、予想、見通し、展望)

《 現代版ネタ 》

- * データは引き継いでも、勤所は引き継がない。
(世界の1級品は今も徒弟 (制度) 社会で作られている)
- * デジタル時代は 一見「誰でもデザイナー」。
- * 成功はドーパミン分泌量に比例? (脳の元気物質)
- * 人も企業も「成長は100円玉」(目先の船に弱し)
- * 「人はパンのみにて生きるに非ず」(キリスト)
- * デジタル時代でも、何事も「最後は胆力」
- * フラックス/FLUX世代 (人種) 台頭 / 世界の新潮流
(連続激動時代の順応し、成功する人たち / 年齢不問)
- * マダはもう、もうはマダ! (ファイナンス界の格言)
- * C to C 市場が誕生 (個→個 / 仲間・お裾分け)
- * ビフォア / アフター (再生活用 / リノベーション)
- * 歴史は繰り返す (コンドラチエフの波動 / 約60年周期)

◎ 実践マニュアル (1)

<「づくり」の形はどう変わる？> 《〇〇づくり フローチャート》

4 win-win (インテグレイティブ・カスタマーアイ)

D. オールラウンド
・検証 (コンセプト・企画・提案)
・知財対策

C. フレキシブル・フリー
・実行
・コンセプトの具現化 (機能・デザイン)
・商標品の抽出と解決

B. ハイスピード
・基本概念の構築
・実行の及の基礎整理

A. スピリット (強い意志)
・csrに立脚したビジョン策定

*** 4つのづくり**

- ・if / Hypothesis (仮説)
- ・Theme (課題)
- ・Benefit (価値/利益)
- ・Spec (仕様)

◆ **ビジネスフローは「フィッシュボーン式」に拘る事はない。ノ 閃いた人から始めるべし!**

(ボトムアップ式ではビジネスチャンスを見逃すかも? / デザイナーの活用もトップダウン式が望ましい)

大阪府立中之島図書館ビジネスセミナー | 伸びる会社のデザイナー活用術 **with you LLP** 31

◎ 実践マニュアル (2)

<代わるお店「変わらぬゾーン」> 《4つの市場 (4層の価値構造)》

感覚価値

必須品

ブランド (中) **商品寿命** (長) **製品コンセプト** (性能重視)

デザイン重視

親念価値

必須品

小 (市場規模)

大 (市場規模)

小 (消耗品)

大 (消耗品)

必須品 (基本価値)

必需品 (最低品質・機能 経済性重視)

感性商品 (Fine-Zone)

専門商品 (Pro-Zone)

汎用商品 (Price-Zone)

機能商品 (Value-Zone)

価格商品 (DC-S)

大型商品 (SC)

小 (購入単価) **大** (購入単価)

便宜性・都合 (感性重視)

必需品 (便宜価値)

大 (特化品)

小 (こだわり)

標準品 (標準品)

必需品 (便宜価値)

【5つの販売手法 = ①店頭販売 ②訪問販売 ③通信販売 (TV・ネット・他) ④催事販売 (イベント・みやげ) ⑤配置販売】

大阪府立中之島図書館ビジネスセミナー | 伸びる会社のデザイナー活用術 **with you LLP** 32

◎ 実践マニュアル (3)

< 思考(視点)を「かえる」>

《 変える 替える 代える 換える 》

(1) 発想手順を変える(逆から)

- ① PDCAを変える／「ものづくり」から考えない
(発想は「場づくり」、「売りづくり」から)
- ② 売れないのは・・・？／答えは現場に
- ③ ビジョンは10年、開発は今(半歩先)

(A) デザイナーを代える(適任者探し)

- ① 「適性・相性」は大丈夫？／性格は勤勉？
- ② 「御用聞き」以外のデザイナーも／NOをいうDesigner
- ③ そのデザイナーは外観重視？ 機能重視？
- ④ そのデザイナーは左の(1)(2)の実践者？

(2) 発想視点を替える(手法を活用)

- ① 鳥の目・魚の目・トンボの目／「切り刻まずマルチに」
- ② 2度おいしいか／お客様(個客)への感動と感謝を
- ③ 「自分の趣味嗜好」は大丈夫？
- ④ 「受賞品」は売れるか？／個客の琴線に触れるには
- ⑤ 周知の手法を活用
 - ・プレーンストーミング ・オズボーンのチェックリスト
 - ・特性列举法 ・KJ法 ・5W2H ・フローチャート
 - ・PDCA ・SWOT分析 ・マズローの欲求6段階 ・他

(B) 契約方式を換える(成果報酬に)

- ① デザイン契約を「労働対価型 → 成果報酬型」に
(社員デザイナーには「成果連動型」報奨金を)
- ② デザイン領域の解釈を広く／「知財や法規」も含める
- ③ コンペ方式で「アイデア・デザイン」等を公募
- ④ 契約には「知財権・責任範囲」等も具体的に明記

大阪府立中之島図書館ビジネスセミナー | 伸びる会社のデザイナー活用術 with you LLP 33

◎ 実践マニュアル (4)

< 「心理的距離」の法則 >

《 対人距離と位置(場所/角度) 》

大阪府立中之島図書館ビジネスセミナー | 伸びる会社のデザイナー活用術 with you LLP 34

◎ 実践マニュアル (5)

<リアルもネットも「基本は同じ」>

《デザイナー活用で成果を出す算式》

≪ ifの視点 = 仮説・減私 ≫ *雑念を払拭して考える。
 ≪ 見える化 = 数値化/図化 ≫ *数値化/視覚化で見えぬものを見る
 ≪ 独自技術を持つ = 特化 ≫ *これからは No-1より Only-1
 ≪ 独自戦略を持つ = 先知 ≫ *戦わずして勝つ(孫子の兵法)
 ≪ お客視点の継続 = 奉仕 ≫ *与えよ、されば与えられん(キリスト)

↓

【企業力】

ブランド力 × マーケティング力 × 商品力 × 売買力 × マネージメント力
(知名度・サービス/満足提供力) (市場分析・情報発信力) (センス・性能・品質・技術力) (販売力・購買力・即応力) (資金調達・即断即決・CSR)


*賞よりブランド *それは評価表/誓約書	*早すぎない*遅すぎない *行きすぎない*普通過ぎない	*半歩先	*顧客の夢や希望を足し算 *相手の愚痴/不満を引き算	*カリスマ性/教祖度 *ネアカ/唯我独尊/胆力
-------------------------	--------------------------------	------	-------------------------------	----------------------------

【各項目の点を限りなく10に近づける/1⁰=100,000、8⁰=10⁰の約1/3】 【ランチェスターには「強者の戦略」と「弱者の戦略」がある】

大阪府立中之島図書館ビジネスセミナー | 伸びる会社のデザイナー活用術 with you LLP 35

★ 40余年の活動事例 (1)

《多くの企業様に育てて頂きました》



井川喜市
代表
WITH YOU 有限責任事業組合

代表
"私イキネ"の生活グッズ
Shi-Seikaz
株式会社

ODIN DESIGN CO. LTD.
代表取締役
〒540-0037 大阪市中央区内平野町1-3-7 / ベルグア内平野-702号

T: 06-6946-0613 F: 06-6946-0614
E: info@odin-design.co.jp http://www.odin-design.co.jp

◇ オーディンデザイン(株) 事例：3件
(本日の資料はその一例です)

◇ 有限会社 しせいかつ 事例：1件
(お客様とのコラボレーション事業です)

◇ with you LLP 事例：1件
(お手元のパンフ/「十人十色」をご覧ください)

- ・ODIN DESIGNは1業種1社で40余年/これからも
- ・ODIN DESIGNはいつもクイックレスポンス
- ・ODIN DESIGNは「無料デザイン相談」もやっています
- ・ODIN DESIGNは「nice」を大切にしています
new idea's concepts engineering

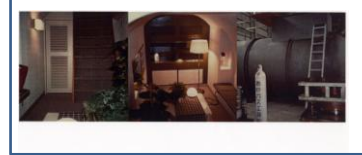
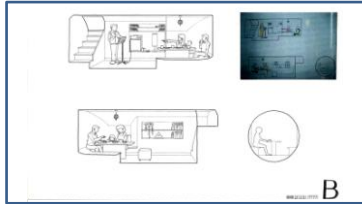
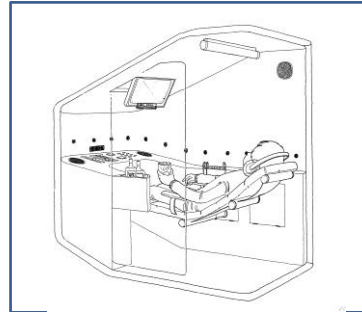
◆ デザインは料理/デザイナーはシェフ ◆

デザイン(仕事)には・閃きも・レシピも・材料(コンテンツ)も・資金も・場も大切。
でも、スバラシ料理も食する人がいなければ! / それには世間知って頂く事が大事。これが学んだこと一番。

大阪府立中之島図書館ビジネスセミナー | 伸びる会社のデザイナー活用術 with you LLP 36

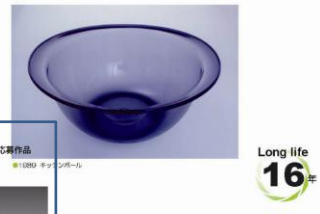
★ 40余年の活動事例 (2)

《 ODIN DESIGN 事例 -1 : カプセルスペース 》



★ 40余年の活動事例 (3)

《 ODIN DESIGN 事例 -2 : ロングライフ商品など 》



★ 40余年の活動事例 (4)

《 4半世紀、そして今もお世話になっている企業様です 》

NEPROS 10th Anniversary Vol.1
Nepros Limited Collection
9.5sq. Ratchet Handle

KTC KYOTO TOOL

スタイルと材質の融合。
経験と知識から生まれた
マスターピース。

機軸と柄の両者は時を超越し、すべてのものに適する。
偉大なエンジニアリングが
そのスタンダードにこだわったように。
より強く、より使いやすく、
更なる進化を遂げる。その進化は時を経て変わることはない。
過去より得意。
革新的なスタイルと材質のコンビネーションが
ネプロスに定まる進化をもたらす。

ネプロスの誕生と時を同じくして乾燥を始めた木材が
今、ネプロスのラチェットに生まれ変わる。

マテリアルとデザインを融合し、その歴史と伝統からライオンやライオン柄に採用される
高級素材として知られているウッド(栗)を、この高級建築の素材から厳選した
選んだネプロスが誕生した1994年(現在まで20年以上)に乾燥を始めたネプロスの設計
師とネプロスの創始者、生まれ変わった。愛情を注いだプロフェッショナルなユーザーへ
敬意を込めてお届けいたします。

9.5sq. 木柄ラチェットハンドル
No. 1000000 価格(税別) ¥13,000

9.5sq. 革柄スピナハンドル
No. 1000000 価格(税別) ¥10,600

9.5sq. 革柄ラチェットハンドル
No. 1000000 価格(税別) ¥14,000

★ 40余年の活動事例 (5)

《 有限会社 しせいかつ : コラボ事業 》

2010.4 Panasonic / ¥3980.- : 半年で100万本売る

2010.秋 ネットで発見/migaCO
(¥2480.-/税込 +送料160円)

2010.1 経産省の香港フェアに
補助金で出品/未だ発売に至らず

2013.1 現在
開発業務継続中

2001.春発表/未発売

☆ ま と め (1)

《 デザイナー活用に「幻想」は禁物 》

《 よいデザインが売れるのではなく、売れるデザインが「よいデザイン」 》
* デザインに「良否の判定基準」はない／時代や環境や国によって異なる *

《 デザイン活用で成果が出る確率 ≒ 50 : 50 》
* 50を100にするには、時代とターゲットと相性を検証する *

《 デザイナー活用には「心理学が効く」 》
* デザイナーも人の子、喜めたえればデザインもよくなる *

《 デザイナー活用には、「IT力 + コンテンツ」が効く 》
* 「IT力 + コンテンツ」があれば、自分でデザインが出来る *

《 たかがデザイン(デザイナー)、されどデザイン(デザイナー) 》
* 悩ましい問題です。・・・でも委託担当は数量/決定権のある人が悩ましい *

大阪府立中之島図書館ビジネスセミナー | 伸びる会社のデザイナー活用術 **with you LLP** 41

☆ ま と め (2)

出 来 る デ ザ イ ナ ー は ……

《 み て ・ き い て ・ 接 し て 選 ぶ 》

■ み る ■

(1) 仕事場を みる (整理整頓と思考手法は共通)	(2) 手書きスケッチを みる (手の動く人は思考が柔軟で美に敏感) (目の前で書いてもらうのが一番)	(3) 実績を みる (実績 = 能力 = 人格)
-------------------------------	---	------------------------------

■ き く ■

(1) 現場の話を きく (仕事の質は現場経験度に比例)	(2) 失敗や苦労話を きく (失敗経験者はリスクが少なく安心) (話し方で性格や人生観を知る) (本代を聞き関心領域と知識度を知る)	(3) 要望を きく (契約書案を見て心根を知る)
---------------------------------	--	------------------------------

【「自分(自社)の為だけ」が基準では、果たして先の展望は・・・?】

■ こ ん な デ ザ イ ナ ー は ア タ リ ■

1. KTC (Know, Think, Check & Create) と 100回 ルール の 実 践 者
2. 5w2h, 7ion, 5Why × 5How 視 点 を 仕 事 に 活 か し て い る 人
3. マズローの欲求 4~5段階以上の人 / 守・破・離の「離」の人
4. コトラーの「マーケティング30」レベルの仕事もできている人

大阪府立中之島図書館ビジネスセミナー | 伸びる会社のデザイナー活用術 **with you LLP** 42

ご清聴 有難うございました。 皆様方のご発展をお祈りしています。

デザイナーを活用すれば「会社は伸びる！」とは言い切れませんが、
「活用努力をしてみる価値はある」のではないのでしょうか。

既に活用されている企業様も、ベストな関係維持の努力は大切です。
双方に「不安や不満、懸念」などがあれば、大した成果は望めません。

企業など委託者とデザイナーとの関係は、「男女の仲」に似ています。

お困りの折は、様々な団体や機関、行政なども「マッチング事業」で
デザイナー活用をサポートしています。ご相談されるのも一考です。

【 詳しく(続き)は次の機会に／どこかで又お会い致しましょう 】