

デザイン思考で、解く！

受講者
募集

世界でもトップレベルの豊かさをほこる日本。
当たり前が良い商品やサービスでは、つい見過ごされてしまいます。
では、どのように考えれば、消費者の心に響く提案ができるのか。
12回の講義と演習を通して、そのプロセスを体験する講座です。

福井デザインアカデミー 2017 ブランディング&商品開発講座

詳しくはデザインセンターふくいまで [facebook](#)
www.sankan.jp

【会場】サンドーム福井 福井ものづくりキャンパス
【対象】ブランディング・商品開発を目指す人(企業、個人問わず)
【受講料】50,000円(全12回コース)
【定員】15名

本事業は国際北陸工芸サミット関連事業として実施します。

～ 過去の受講者から一言 ～

Q 本講座はいかがでしたか。お仕事に役立っていますか。

新しい商品を作る際にはペルソナの設定をしてから取りかかれるようになりました。求められる商品のイメージがしやすくなりました。(山下真澄美さん・カローレ)

デザイナーの考え方を知ることによって、自分のものづくりに対する考え方が変化しました。商品を企画・製作する際にユーザー視点で考えることができるようになりました。(山口祐弘さん・ファニチャーホリック)

Q 本講座を受講した率直な意見を聞かせてください。

弊社が女性下着メーカーということで、女性中心のグループを組んでいただきました。グループのみなさんをはじめ、先生方それぞれ違った目線でアドバイスしていただき、大変参考になりました。どの先生がアドバイスして下さったことも印象に残っています。(加藤理恵さん・株エルローズ)

実際に自身が抱えている課題に対して、専門家の方々に色々とおアドバイスをいただいたのは、良い経験になりました。またその過程や結果に対して様々な業種の方々から意見をいただくことができるのもこの講座の良い点だと思います。(山崎博幸さん・東工シャッター(株))

専任講師

鷹屋 信隆
たかや のぶたか



(株)デザインアシスト
マーケティングディレクター

(株)千里生活研究室に入社し、タウンペーパーの企画編集や生活者ネットワークを活用した生活研究業務に携わる。その後、(株)デザインアシストに移籍。コクヨのステーションリーをはじめ数多くのプロジェクトに携わり、「現場観察」をベースにしたマーケティングリサーチやコンセプトワークを手がける。

平田 喜大
ひらた よしひろ



ERGO DESIGN STUDIO
プロダクトデザイナー

自動車、店舗照明メーカーのデザイン室勤務を経て、エルゴデザインスタジオ設立。自動車用ホイールやストリートファニチャー、生活家電をはじめ、工業化住宅のアドバンスドデザイン開発等を行う。また、特殊工具や理容師鏡等、プロフェッショナルツール関連の商品開発も得意とする。京都精華大学プロダクトデザイン学科教授。

左合ひとみ
さごう



(株)左合ひとみデザイン室
グラフィックデザイナー

企業と顧客のコミュニケーションをデザインすることによる問題解決と新しい価値の創出を目指し、幅広い領域で活動。新潟県燕市の洋食器を国際的に発信する「enn」、広島県廿日市市のもみじまんじゅうの老舗和菓子舗「藤い屋」のブランディング等、地域産業活性化のプロジェクトも多い。大阪芸術大学短期大学部客員教授。

コーディネーター

景山 直恵
かげやま なおえ



アーチザン&パートナーズ
デザインコンサルタント

クライアントとエンドユーザーの双方の視点に立ち、現状分析、問題把握からデザイン提案にいたるまでの総合的なコンサルタント業務を軸に、県内外の企業経営者を対象として、デザインの重要性と、効果的な活用ノウハウを分かりやすく啓発する活動を行っている。

カリキュラム

全12回/13:30~17:30 サンドーム福井 福井ものづくりキャンパス

本講座では、受講者が実際に抱える課題を持参していただきます。





分析・設計・伝達の3部構成(4回/部)となっており、講義と演習を通してデザイン思考を身に付けながら、解決にいたるまでのプロセスを体験します。

またグループワークでは各グループに1名ずつ、県内で活躍するプロのデザイナーがサポートします。

(設定課題については、本講座のカリキュラムに沿うよう受講前に調整する場合があります。)





第1部 分析

テーマの本質を
見極める

- | | | |
|-------------|--|---|
| ① 11月17日(金) | 良いデザインとは?
演習:ブランドらしき分析 |  |
| ② 11月24日(金) | 顧客視点で考える
演習:初期仮説シート、情報収集プランの作成 |  |
| ③ 12月8日(金) | 戦略を考える
演習:SWOT分析、プレゼンテーション内容検討 |  |
| ④ 12月15日(金) | プレゼンテーション
深化したテーマの発表 |  |





第2部 設計

アイデアを
企画化する

- | | | |
|------------|---|---|
| ⑤ 1月12日(金) | 未来の顧客を明らかにする
演習:ペルソナの人となりを考察し、まとめる |  |
| ⑥ 1月19日(金) | 顧客とサービスとのリンク
演習:自身のサービスとペルソナを結び合わせる |  |
| ⑦ 2月2日(金) | 思いを企画化する
演習:ペルソナの心を捉えるサービスを企画書で表す |  |
| ⑧ 2月16日(金) | サービスの明確化と確立
演習:ブランドコンセプトを含む企画の全容を明らかにする |  |

第3部 伝達

印象的に
表現する

- | | | |
|------------|---|---|
| ⑨ 2月23日(金) | コミュニケーションデザインとは
演習:ブランディングブックの作成(コンセプト・ストーリー) |  |
| ⑩ 3月2日(金) | コミュニケーションデザインの実践
演習:ブランディングブックの作成(ストーリー・サービス) |  |
| ⑪ 3月9日(金) | 伝わるコミュニケーションデザイン
演習:ブランディングブックのブラッシュアップ |  |
| ⑫ 3月23日(金) | プレゼンテーション
ブランディングブックの発表 |  |

受講申込 ウェブ・メール・電話のいずれかで、下記情報①~⑦をお伝えください

ウェブ  <http://www.sankan.jp/fmc/>

メール  dcf@fisc.jp 電話  0778-21-3154



①氏名 ②会社名 ③役職 ④住所 ⑤電話 ⑥E-mail ⑦テーマ

※各自のテーマに沿って進めていきますので、今回開発したい商品や進めたい企画、会社の課題など必ず添えてください。