

平成30年度産技連ライフサイエンス部会
第23回デザイン分科会

2日目ワークショップ@モエレ沼公園
グループ発表&個人ワークシート



2018.6.29
平成30年度産技連ライフサイエンス部会 第23回デザイン分科会@札幌
2日目ワークショップ@モエレ沼公園 グループ発表&個人ワークシート

山口県 本田
箱根物産連合会 小堀
佐賀県 川口
新潟県 橋詰
旭川市 塩飽
千葉県 岡村

(敬称略)



※個人ワークシートはデザイン分科会メンバー間での共有を承認して頂いた方のみ掲載しています。

【代表発表者】（地独）山口県産業技術センター 本田 晃浩

では、発表します。山口県産業技術センターの本田です。

うちのグループでは、関与者の声でくれるところでは、最初から書いてあるものを中心にみていきまして、解決案となる黄色は色々出ていきました。

その中で、上の方の企業さんの声で言うと、今の技術相談のメニューがわかりにくい、またはそもそも無いということで、デザインあるいは何でも相談デーを作るということをして、とにかく企業さんに知ってもらうということがいいんじゃないかなと。

デザイナーのところでは、デザイナーっていうのは色々提案したがっているということで、デザイナーさんの提案を企業に紹介して、続けてもらうというようなことをやってもらうと。あとは、職場内では他部署とのプロジェクトを増やしたりして、デザインセクションのことを知ってもらう。県内行政・支援機関に対しては、行政職員が成果を得られるようなネタを提案するというのも考えられるのではないかと、という案が出ました。

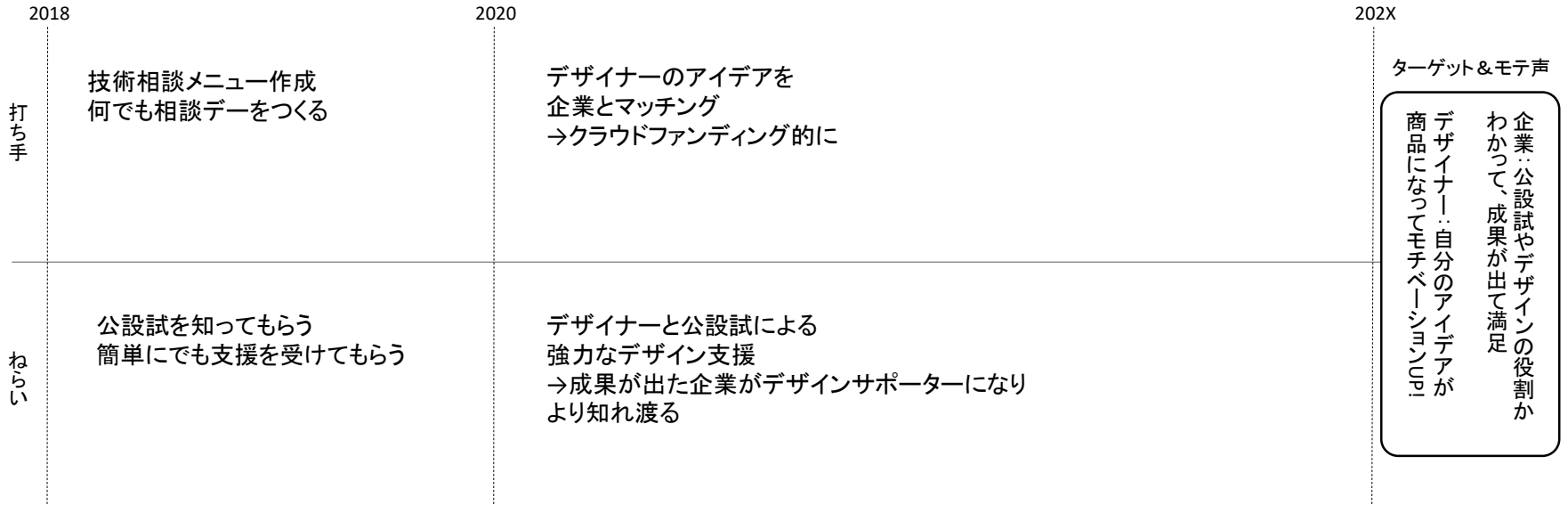
それを具体的にした実践アイデアとしては、技術相談のメニューを作成して、それをホームページ等で公開したり、デザイナーにアイデア提案をいただいて企業さんとマッチングするなど、クラウドファンディング的にコーディネートする。デザイナーさんの提案を出して、いろんな企業さんを見て頂いて、作りたいところとマッチングするという。あとは、支援した企業さんにデザインサポーターになって頂いて、よりいろんな企業さんの反応を紹介したり、いろいろ口コミとして広がっていったりより知られるようになる、というのが一連のアイデアとして出ました。

下の方はそれらをまとめた感じなんですけど、最初の方はとにかく知ってもらうということで、技術相談メニューの作成、何でも相談デーを作るみたいところで知ってもらったり、支援を受けてもらう、ということをやっていく。2020年以降の所でいうと、デザイナーのアイデアと企業をマッチングすることで、デザイナーと公設支援機関による強力なデザイン支援を行うということ。で、それが成果となって、またデザイン相談になっていく、ということですね。ターゲットのモテ声という所でも、最終的にはヒット商品をバンバンあげて、企業さんなりデザイナーさんがニコッとする、というのが良いかなと。そういうところがモテ声として出てくのが良いのかなと思います。

以上です。



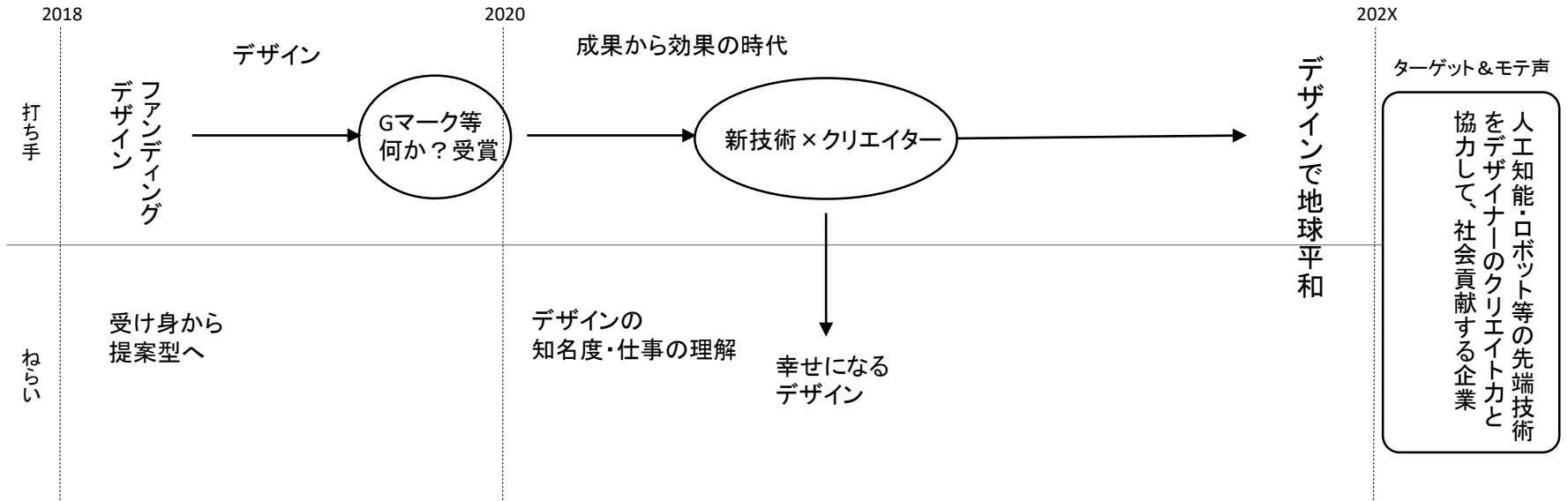
Ⅲ X総研デザインチームのモテモテ化計画



本日のワークの感想・気づき・今後に向けた提案など

企業との商品企画時に、課題などを色々出してもらいますが、自分のこと(公設試)となるとなかなかキーワードを出すのが難しい。

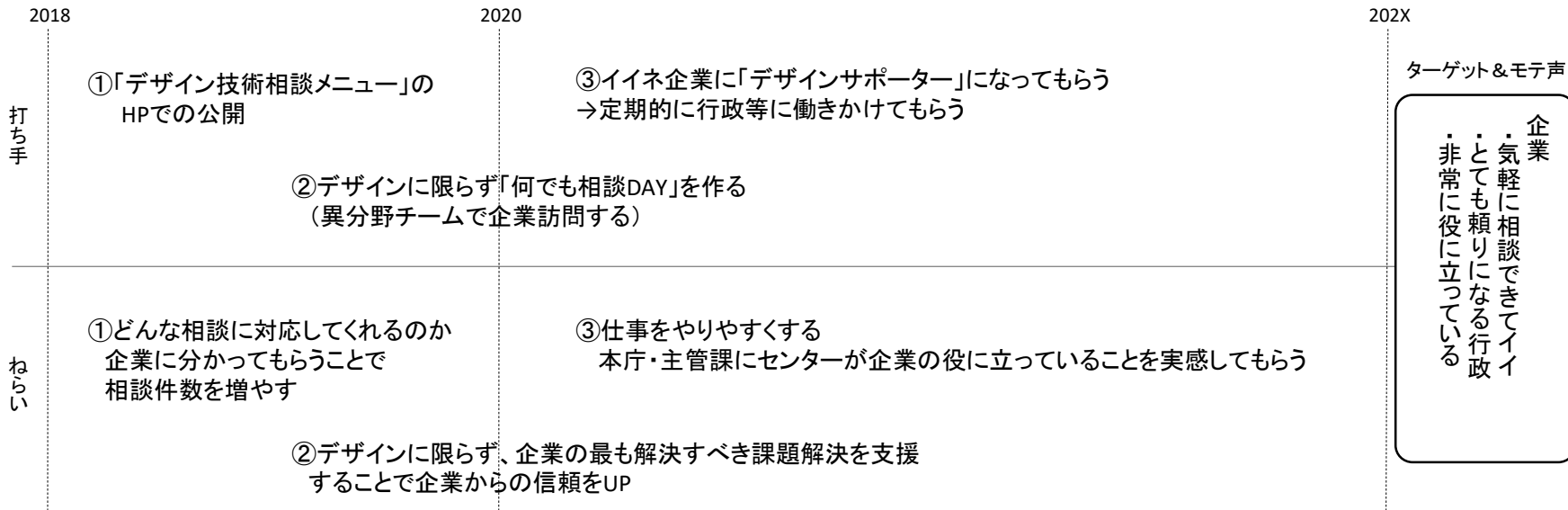
Ⅲ X総研デザインチームのモテモテ化計画



本日のワークの感想・気づき・今後に向けた提案など

公設試だからこそ取り組める、取り組むべき「デザイン」を模索する必要がある。
「人類を幸せにするデザイン」をしたいものです！
ありがとうございました。

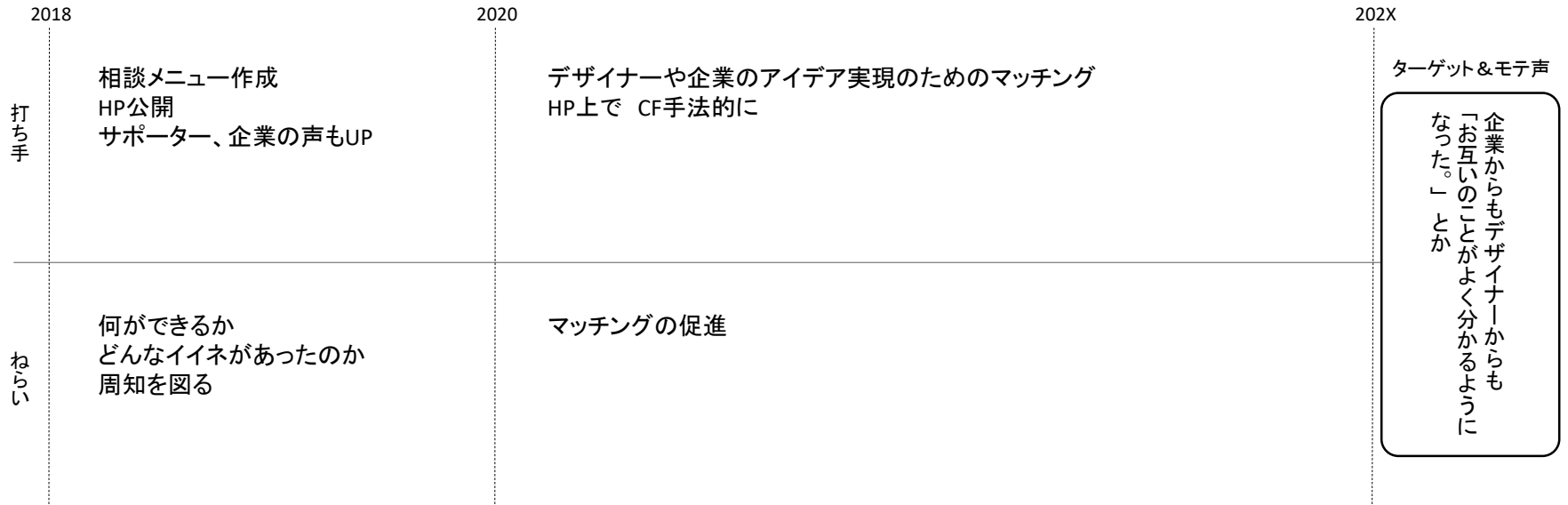
Ⅲ X総研デザインチームのモテモテ化計画



本日のワークの感想・気づき・今後に向けた提案など

- 予めステークホルダーごとに課題・問題点(声)を整理されたところからワークを開始していただきスムーズに実施できました。
- 不慣れな企業さんや工技センター職員で実施する際の参考にさせていただきます。
- デザイン分科会で様々なテーマで実施すると皆さんの参考になると思います。テーマを募集するのも良いかもしれません。

Ⅲ X総研デザインチームのモテモテ化計画



本日のワークの感想・気づき・今後に向けた提案など

- ・研究交流会ごとのグループでやってみたらどうか。
- ・進行役が誰かはっきりせず、深まらなかった。
- ・モチベーションに温度差が感じられ残念だった。
- ・最初の「関与者の声」はありそうなものをいくつも挙げてもらってあり、次に進めやすかった。

Ⅲ X総研デザインチームのモテモテ化計画



本日のワークの感想・気づき・今後に向けた提案など

同じような課題を他の公設試でも持っていることがわかり、色々具体的な策を立てていけたので、プラスになりました。

Ⅲ X総研デザインチームのモテモテ化計画

	2018	2020	202X
打ち手	「企業の技術」と「デザイナーの提案」 それぞれがお見合いできるクラウドファン ディング的なサイトを立ち上げ、それぞれの 魅力やリスクをそれぞれが納得した上で ビジネスをスタートできるような場づくり。 (公設試職員がレベルなどをセグメント)	しくみづくり (事前情報公開へのリスク管理 →会員登録など) サイトの立ち上げ 知財や著作権に関するフォロー 広報PR	企業とデザイナーの すばらしいマリアージュによる ヒット商品やクオリティの高い プロダクトの創出
ねらい	本当に共感し、共にリスクを負える 技術とデザインのお見合い。 共に信頼関係と投資がないと 成り立たない。	アンケートや身近な企業等から このしくみについて 根回しやリサーチ	ターゲット&モテ声 <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <ul style="list-style-type: none"> ・変なデザイナー、変な企業と 開発するリスクがない。 ・お互い認め合った上で商品開発が できる。 ・よいデザイン、よい技術をセレクト できる。 </div>

本日のワークの感想・気づき・今後に向けた提案など

北海道様の事前の準備が、とても的確すぎアイデア出しに悩んだが、
ワークショップのちょっとしたきっかけで、発想をリンクし共有できた。
ありがとうございました！



2018.6.29

平成30年度産技連ライフサイエンス部会 第23回デザイン分科会@札幌
2日目ワークショップ@モエレ沼公園 グループ発表&個人ワークシート

広島市 田中
佐賀県 佐藤
岩手県 小林
静岡県 多々良
滋賀県 野上
神奈川県 村石
東北工業大 羽生田

(敬称略)



※個人ワークシートはデザイン分科会メンバー間での共有を承認して頂いた方のみ掲載しています。

【代表発表者】（公財）広島市産業振興センター 田中 志保

私たちの班では、企業の声として、「何を相談していいかよく分からない」とか「デザインの活用の仕方がよく分からない」というような意見がけっこう大きくあったんですね。で、それを解決していくためにどうしたら良いかっていうことで、まずは企業さんと会ったときの最初の出会いをとにかく大事にして、信頼感を得ることが大事じゃないかということで、あとは、企業にやっぱり出向いて、信頼感を得ないと企業もやっぱり相談に来ないんじゃないかという話がありました。

地域のデザイナーさんもですね、それぞれの公設試によっては、企業は支援しているけれどデザイナーは支援していないという所もあれば、デザイナーと企業と両方支援しているという2つの、二極化しているところがあったんですけども、やっぱり企業もデザイナーも両方とも支援していかなければいけないんじゃないかということで、地域のデザイナーともマッチングしていこうと思ったら、信頼感をきちんと築いていかなければならないんじゃないか。そういった意見が出て来ました。

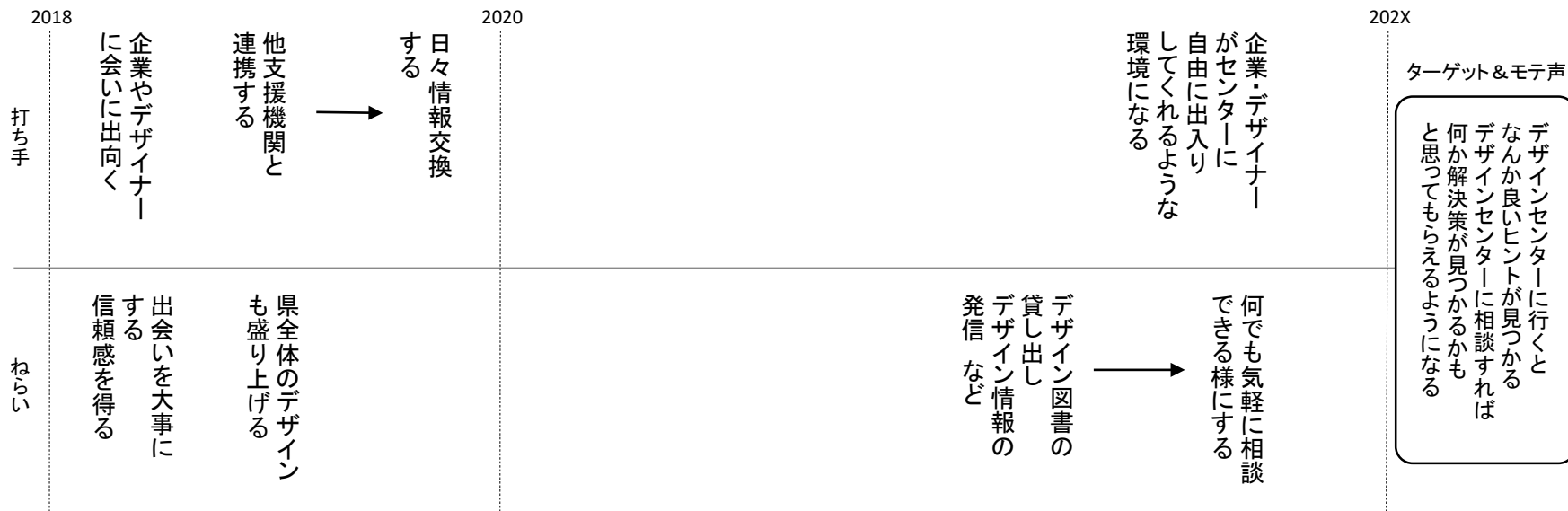
最終的には、私たちのチームのモテモテ化計画なんですけど、とにかく企業やデザイン事務所に私たちが営業に行かなければいけないんじゃないか、今後はやっていかなければならないんじゃないかというアイデアが出ています。なので1年目は営業強化、そして課題の抽出をどんどんやっていこうじゃないかという狙いがあります。企業とデザイナーの信頼感を得ることがまずは大事である、と。それとともに、職員の意識改革であったり、企業さんやデザイナーさんを支援していくためのスキルをアップしていかなければいけない。そういったことが重要であるという意見がありました。

最終的には、企業さんやデザイナーさんが、用がなくてもセンターにどんどん自由に入出入りしてくれるような、そういった雰囲気作りであるとか、環境作りっていうものを大事にしていこうという意見にまとまりました。で、企業さんとデザイナーさんの満足感の向上を図りましょう、ということになります。最終的なモテ声として、私たちが欲しいなーというと、「とにかくセンターに行けばなんとかなる」「何かしてくれるんじゃないか」という、そういう気持ちになってもらえるセンターを目指していきたいな、というふうにまとまりました。

以上です。



Ⅲ X総研デザインチームのモテモテ化計画



本日のワークの感想・気づき・今後に向けた提案など

デザインのフィニッシュワークまで、するところとそうでないところと、二極化してきているが、地域のデザイナーを活用していくためには、月々のネットワーク作りが非常に大事だと思う。

料金の明確化
企業体力によりそった指導

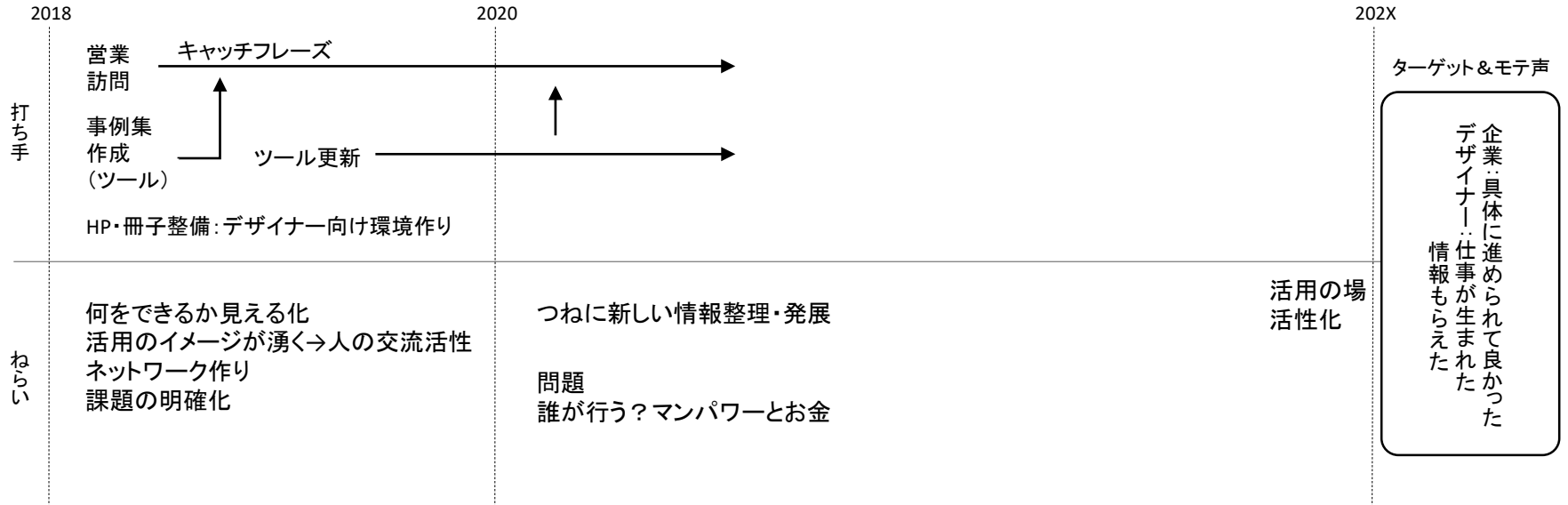
Ⅲ X総研デザインチームのモテモテ化計画

	2018		2020			202X
打ち手	デザイナーとの 交流	成功事例を作る	エゴや環境の整備	冊子を作成	企業とデザイナー 両者の協業の場・ 人となる	地域デザインの 活性化
ねらい	デザイナーからの 信頼を得る	企業からの 信頼を得る	デザインへの認識を 体験してもらう 信頼を得る	成功事例を分かり やすく情報提供 する	企業へのデザイン 振興の人的資源と なる	地産地消 外部のスパイス
						ターゲット&モテ声 <div style="border: 1px solid black; height: 80px; width: 100%;"></div>

本日のワークの感想・気づき・今後に向けた提案など

公設試デザイン担当職・部門のターニングポイントになっていると思います。
特に具体的なフィニッシュワークを行っている所と、やっていない所の情報を得ることができて参考になりました。
どこまでやるかが課題。HP,冊子の重要性。デザイン部門らしい場の整備が必要。

Ⅲ X総研デザインチームのモテモテ化計画



本日のワークの感想・気づき・今後に向けた提案など

● 記載内容について、デザイン分科会メールリスト等によるデザイン分科会メンバー間での共有を 承諾する 承諾しない

Ⅲ X総研デザインチームのモチモチ化計画

	2018	2020	202X
打ち手	<ul style="list-style-type: none"> ・営業課の設置 ・週一の企業訪問 ・デザイナー訪問 ・デザイナーとの交流 	<ul style="list-style-type: none"> ・デザイナーが来所しやすいスペースの確保 ・クリエイティブスペースの設置 ・「デザイナーサロン」 	<ul style="list-style-type: none"> ・成功事例集の作成、配布とWEB公開
ねらい	<ul style="list-style-type: none"> ・企業との交流・信頼感の獲得 	<ul style="list-style-type: none"> ・紹介できるデザイナーの獲得と信頼性 	<ul style="list-style-type: none"> ・県民を含めた人達に存在を認知していく ・デザイナーと企業が気軽に交流できる

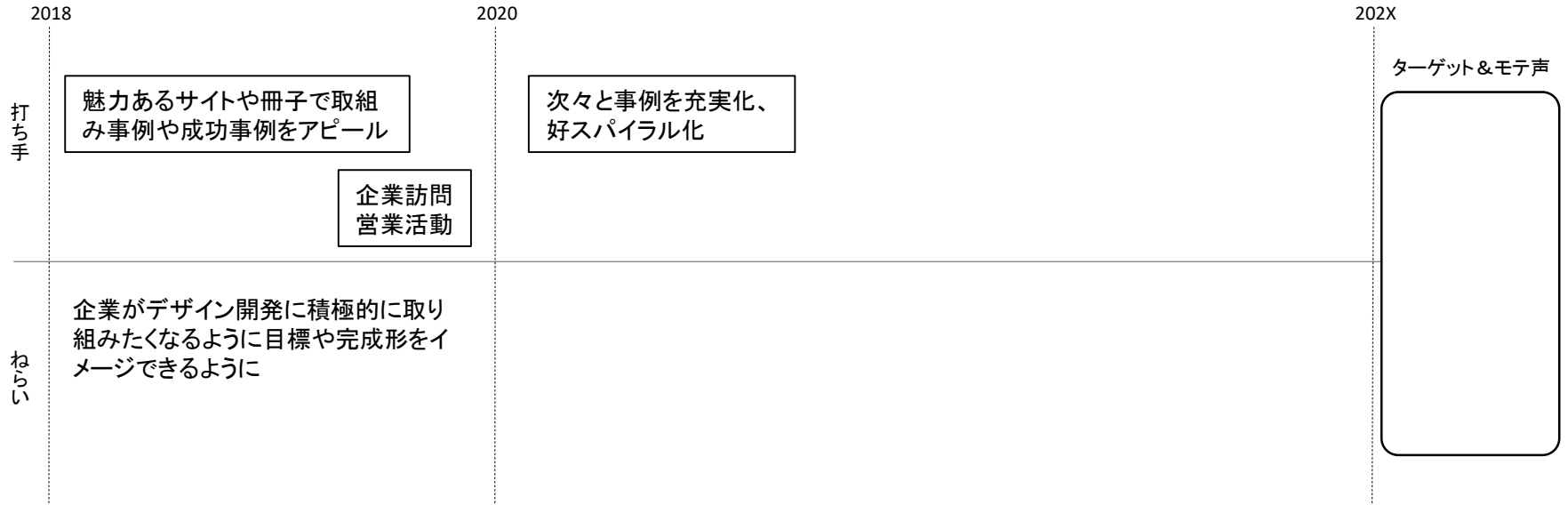
ターゲット&モチ声

- ・何をやっている人かわかりやすくなった
- ・またいつかみたい気になった
- ・気軽に寄って相談できるようになった

本日のワークの感想・気づき・今後に向けた提案など

- ・わかっているが、なかなかできないこと、ハードルを下げることであれば実施も可能になるのでは？
- ・情報共有が重要。分科会でもこのあたりを強くのぞむ。
- ・ハードスケジュール(事前の説明が少し不足)

Ⅲ X総研デザインチームのモテモテ化計画



本日のワークの感想・気づき・今後に向けた提案など

● 記載内容について、デザイン分科会メールリスト等によるデザイン分科会メンバー間での共有を 承諾する / 承諾しない



2018.6.29
平成30年度産技連ライフサイエンス部会 第23回デザイン分科会@札幌
2日目ワークショップ@モエレ沼公園 グループ発表&個人ワークシート

大分県 荒木
大阪工大 長谷川
京都府 古郷
神奈川県 守谷
東京都 森
山梨県 佐藤

(敬称略)



※個人ワークシートはデザイン分科会メンバー間での共有を承認して頂いた方のみ掲載しています。

【代表発表者】大分県産業科学技術センター 荒木 あゆみ

まず最初の課題として上がったのが、企業側とデザイナー側の会話がうまくできていないことや、何をやっているのかよくわからないといったことがありました。その解決のキーワードとして出たのが、やはり公設試の役割として翻訳家であるといいのではないかと、あるいは地域の町医者的な存在が公設試には求められているのではないかとか、やはり現場主義なので私たちが企業に出向いて現場を知ることだったりとか、知るということで、企業のことを好きになったりとか、逆に企業の方にも私たちのことを知ってもらうことが必要なんじゃないかと思いました。

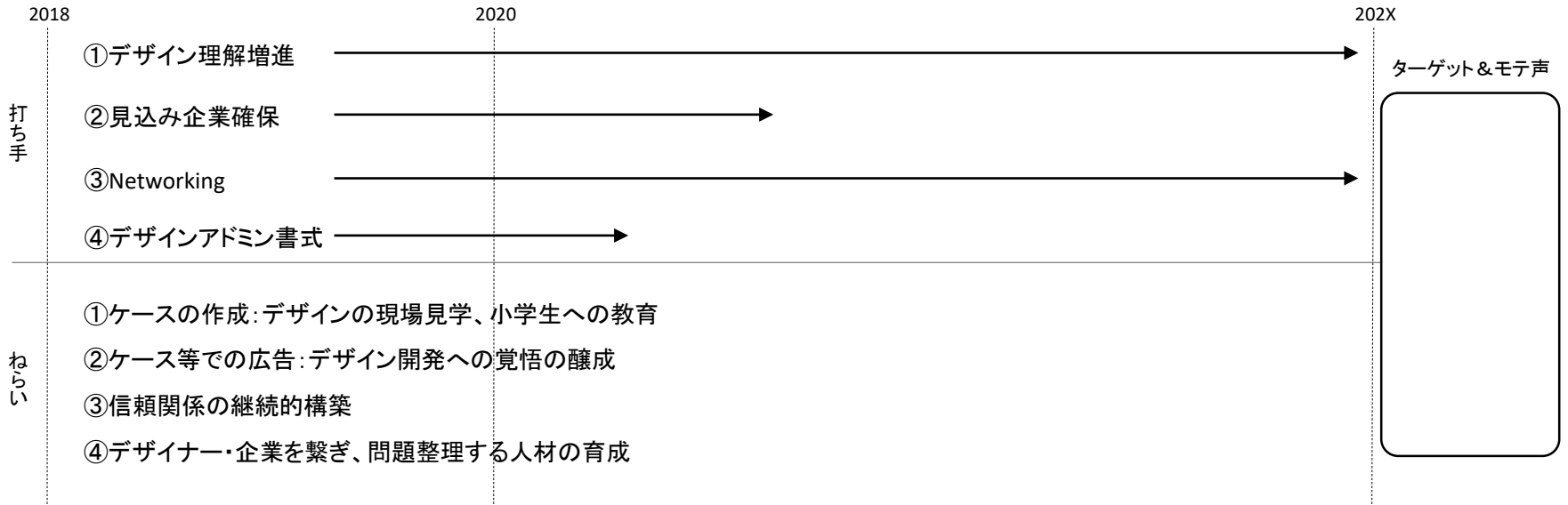
あとは人間性というところも大事なのではないかと、最後はそういうところになるよねという話があって、コミュニケーションをどういう風にとっていくのかというキーワードがあったりだとか、企業と公設試とデザイナーがみんなでチームになってものごとを進めていくのが重要ではないのかという話になりました。

最終的なアイデアとしては、企業さんへのキーワードとして「デザインライザップ」というものが出たんですけども、まず目標を明確にしましょうということと、結果が目に見えるよねという話があって、その次に企業の方と公設試の人が一緒に飲んだり食べたりすることも結構重要なんじゃないかということとか。あと、デザイナーと企業が実際に交換で現場を見学に行くのはどうかという話もありました。これは実際にチームの方で、企業の方がデザイン事務所に2週間くらいインターンに行くという話があったので、そういうお互いの現場を知ることが重要なのではないかと話になりました。

あとはやっぱり、これからの子どもたちに向けて、美術の授業はあるけどデザインの授業はないよねという話があって、私たち公設試の職員なのか分からないですけど、デザイン思考みたいな授業を試しにやってみると、デザインにも興味を持ってもらえて、公設試にも興味を持ってもらえるんじゃないかという話になりました。



Ⅲ X総研デザインチームのモテモテ化計画



本日のワークの感想・気づき・今後に向けた提案など

現状では、中小企業とデザイナー、公設試は、違う星の生き物であることがよく分かった。やることは新製品開発なのに。互いの開発プロセスについて知らず、新製品開発がかかるコストと時間への覚悟も足りない企業が多い。デザインを活用することで、どんなアウトプットが出るか、そのために、どれくらいの血を流すかも分からない。よって、このギャップを埋めるためデザイン活動の理解増進。マーケティングの考えを取り入れた見込み客の確保と信頼関係の構築などが重要と考えた。短期というより中長期を視野に行動することが、むしろ重要ではないかと思われる。

Ⅲ X総研デザインチームのモテモテ化計画

	2018	2020	202X
打ち手	<p>「知ると好きになる」</p> <ul style="list-style-type: none">・デザインツーリズム「デザイナー探訪」の実施ものづくりツーリズムも実施(製造業)	<ul style="list-style-type: none">・初等教育(小学校)からデザインシンキングを必修科目にする。小学生向けの教材や、カリキュラム、プログラムも開発。	ターゲット&モテ声
	○公設試は、企業とデザイナーの翻訳者。思考や概念を翻訳		
ねらい	<ul style="list-style-type: none">・デザイナーは企業の現場を見に行くが、企業はあまりデザイン事務所へ行かないのでその機会を作る。企業からのインターンシップも受け入れる。→互いに気心が知れることで、「協創」が活発になる。	<ul style="list-style-type: none">・デザインという行為の理解増進子どもの頃からデザインを理解し、活用することで全国民が自分の暮らしで、仕事で、デザインを生き生きと活用できる国になる。	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"><p>デザイン活用とかデザイン振興とかそんなことは当たり前になってわざわざ言わなくてもいいような世の中になったね。</p></div>

本日のワークの感想・気づき・今後に向けた提案など

今回の分科会のプログラム、特にワークショップは画期的だったと思います。
ありがとうございました。



大阪府 川本
宮崎県 関屋
埼玉県 大沼
産総研 手塚
青森県 工藤
i F 高田

(敬称略)



※個人ワークシートはデザイン分科会メンバー間での共有を承認して頂いた方のみ掲載しています。

【代表発表者】大阪府産業デザインセンター 川本 誓文



我々のチームは、産地とか企業ではプロモーションとか販路開拓など出口まで支援していないところが多いので、そういうところを見てくれないんですかというのがある反面、絵だけささっと描いてすぐに答えが出ると思ったという、二極化しているところがあって、企業、行政もそうなんですけど、公設試って何をしてくれるのかわからない、デザイン部ってどんな業務やっているのかなというのが、どうも見えていないんじゃないかなと、そういう全体でやっているところが見えていない。デザインの成果というところでも、技術部門の成果なのかデザイン部門の成果なのかという線引きがなかなか難しい、チームでやってもそのへんもめることになるねというところ。県民にいたっては、何をやっているかどころか、存在自体が伝わっていないということがありました。

そうしてみると、全然価値化できていない、そしてそれがうまく説明できていないんじゃないかというところに全て落ちていっていったということです。

それをモチモチにしていくためには、キーワードとしては、やはり出会えて良かったと思ってもらえるような組織と人づくりが必要なんです。で、想定外と言われて嬉しいというのがあって、その裏返しは、そういう理解が進んでいなかったということですね。だから、先ほども出ましたけれども、町医者的なデザインコンサルティングというところを、しっかりマストと思ってやっていく、入口っていうのをちゃんと作る必要があるなと思いました。

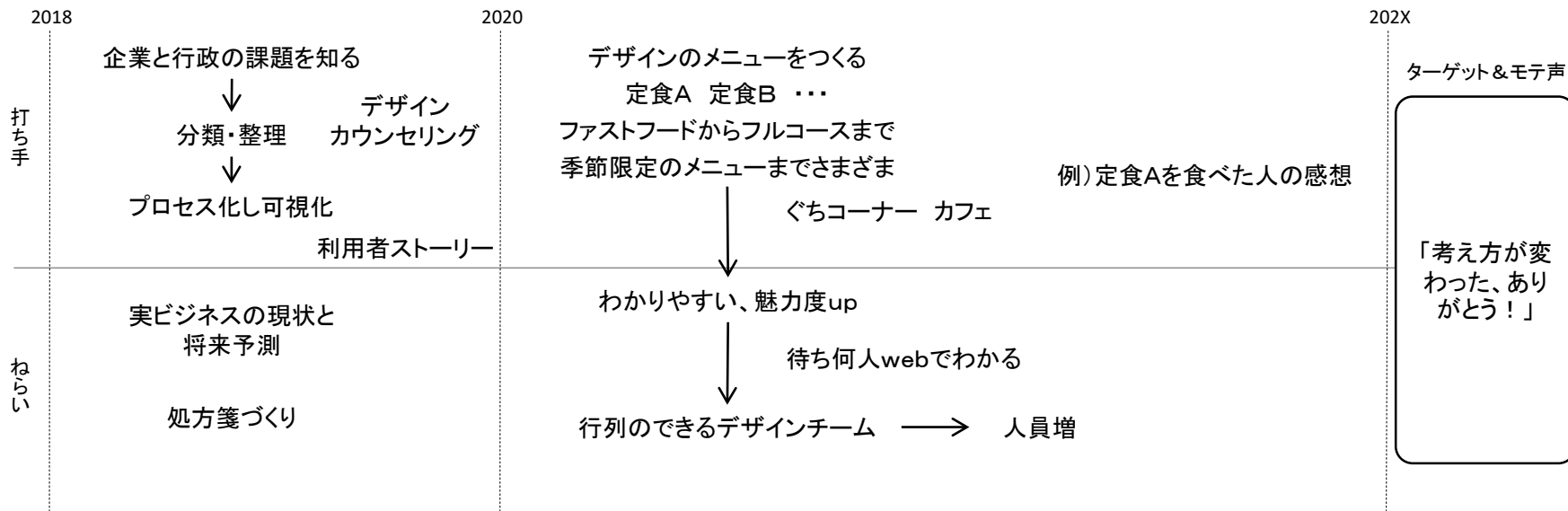
そういったところをまとめていって、打ち手のアイデアに至るんですけども、そういう企業とか行政とか、まず我々も彼らが何をやっているのか全然把握できていない。企業と行政の課題を知る、デザイン思考の第一のフェーズの観察調査っていうところに入らなきゃいけない。ということで、それを調べていって、分類整理してプロセス化して可視化する、という利用者目線ですね、分析する。そのねらいは今進んでいる実ビジネスの現況をちゃんと把握して、将来予測をやっていくっていう。そのコンサルティングに必要な処方箋づくりをしっかりやっていく。その小難しい話を、いかにモチモチワクワク楽しい方向に持っていくかというところで、デザインのメニューづくりをしましょうという話になりました。メニューっていうところで連想したのが、レストランと食堂とか飲食店。飲食店入ってメニュー見たら、何を食べようかってすぐわかる。ファストフード食べたいっていう人も、フルコース楽しみたいっていう人もいますし、季節限定のメニューが欲しいっていう人もいますし、メニューも多様化しましょう、事業もね。

それを行政向け企業向けに作って、ちゃんと見えるようにして会話しましょうと、そういうわかりやすさ、魅力度をアップしていこうというところで。目的も何作ったらいいかわからないという人も多いので、たとえばグチカフェみたいな、グチを聞くだけの、本当に初歩の入口のところまでカフェ的に作ったり。

そうやって魅力度を上げていくとわかりやすくなって、定食を食べた人の感想もぐるなびみたいに積み重なっていって、それが口コミで評判になって、行列のできるデザインチームになっていくといいね、ということになりました。そこで考え方がおかげ様で変わった、ありがとう、と言ってもらえるような組織にしたい。広島市の「と、つくる」というサイトができあがってまして、そういう利用者目線でストーリーとプロセスと結果がしっかりと作られているようなサイトみたいなものも、合わせて併設して作っていけるといいなということになりました。

以上です。

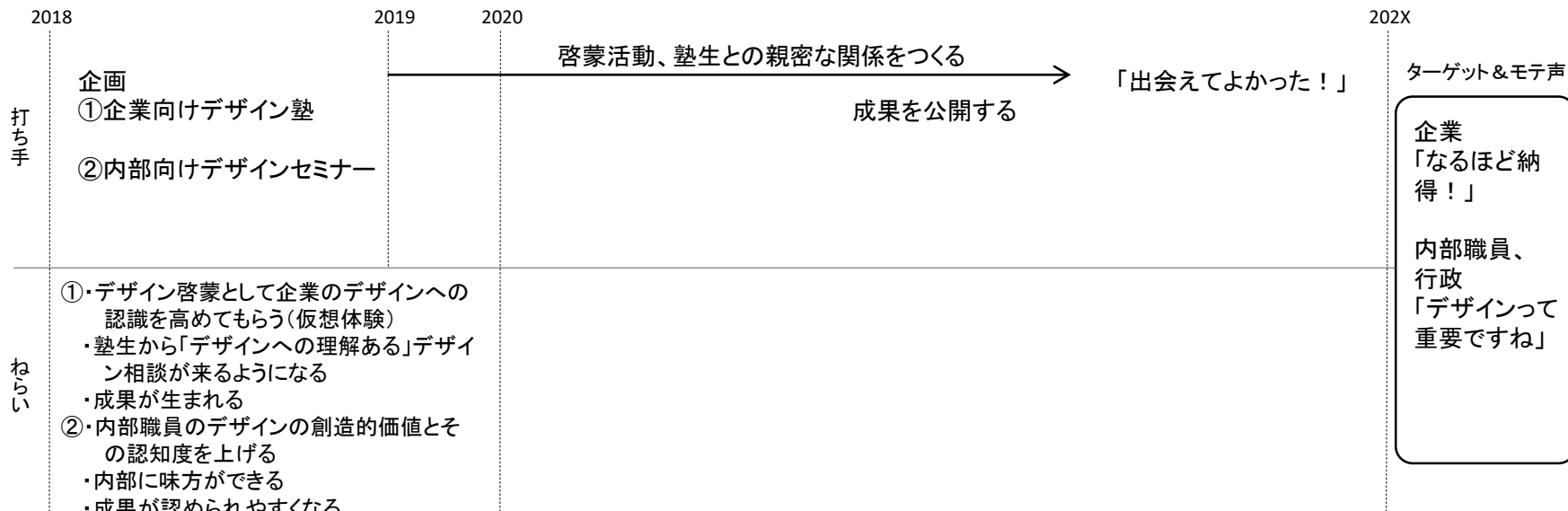
Ⅲ X総研デザインチームのモテモテ化計画



本日のワークの感想・気づき・今後に向けた提案など

日頃のくせで、アブダクションから入ってしまった。面白い結論からフィードバック。ツールありきではない！（笑）
今の問題 事業承継、BtoB & BtoC進出、ベンチャーへの支援、BtoB企業の技術ブランディング、異種専門家チームづくり

Ⅲ X総研デザインチームのモテモテ化計画



本日のワークの感想・気づき・今後に向けた提案など

公設試デザインの存在意義についてもう少し議論したかった(そもそも論ですが。。)

→民間デザインと公設試デザインの違いは？

→対象とする人の違い？命題の違い？

→地域の産業にかかわる要素によって役割が場合分けされる？

今後に向けて

「公設試デザイン」関係者がこうして毎年集まるので、せっかくならなにか積み上げていける仕組みができればと考えています。こらぼんwebや、ツール研究会の発足などはそれにあたるとは思いますが、どうしたらもっと知見を交換したり意義ある積み上げができるかを話し合いたいです。

とはいえ互いに遠方なので、密なやり取りができるか不安ですが、コアメンバーなどで議論を深めるなどはどうでしょうか？

Ⅲ X総研デザインチームのモテモテ化計画

↑ モテるだけではダメ 「モテモテから出会えて良かったへ」

<p>2018 「と、つくる」のように利用者目線が重要</p> <p>打ち手</p> <p>お題を定食屋に置き換えて考える 行列ができる定食屋の計画(しきいを下げる計画) ・愚痴だけでもOK。愚痴を言うと腹が減る(愚痴はニーズの宝庫) ・食べたいものが定食メニュー化されている(利用者目線のメニュー)</p>	<p>2020</p> <p>「と、つくる」をまず共有。 利用者インタビューシートを作ってみる 全国で共有 利用者のストーリー(何で選んだかとか)</p>	<p>202X</p> <p>ターゲット&モテ声</p> <p>言われた言葉(嬉しい言葉)</p> <p>「デザインで想定外の良い結果になってうれしい」と言われる</p> <p>↑ 広島の「と、つくる」のように利用者目線で情報発信</p>
<p>ねい</p> <p>・しきいを下げる ・利用者目線 ・君に会って良かったとするしかけ</p>	<p>・企業のあるあるケースを作る BtoBtoCの分断解決ニーズ OEMからの脱皮ニーズ そのための定食A 定食B</p> <p>利用者の声</p>	

本日のワークの感想・気づき・今後に向けた提案など

<ul style="list-style-type: none"> ・縦の表形式だと関係性が議論しにくかった。 ・ステークホルダーで極を作って欲しかった(デザイナー、公設試、銀行、企業)。 ・それぞれに言われた言葉で盛り上がる。 ・デザインの想定以上の良い結果となつてうれしいと言われる。 ・議論発展のための4軸とか設定が欲しかった。 	<p>それぞれのステークホルダー(人)が見える(想像できる)ワークショップ形式の方が良いのでは？</p>
<p>でも新しい試みだったので、大変良かったと思います。準備とデータ化も大変だったと思います。ありがとうございます。</p>	



2018.6.29
平成30年度産技連ライフサイエンス部会 第23回デザイン分科会@札幌
2日目ワークショップ@モエレ沼公園 グループ発表&個人ワークシート

横浜市 浜口
滋賀県 山下
秋田県 渡辺
産総研 宮田
埼玉県 小坂橋
山口県 松田

(敬称略)



※個人ワークシートはデザイン分科会メンバー間での共有を承認して頂いた方のみ掲載しています。

【代表発表者】横浜市工業技術支援センター 浜口 大樹

他のチームと似たような所があって、関与者の声から行くと、「PRが足りていない」、「ちゃんと伝え切れていない」という所に●シールが多かったんですが、これはデザイン行政だけの課題ではなく、実はデザイン事務所も違いは無いのでは？と考えた。

デザインの魅力を（企業に）伝えられないのは行政だからではなく、デザイン事務所も全く一緒。デザイン事務所が広く県内の人に（デザインについて）知ってもらいたいと考えているか？というのと、そんなことは無い。公設試は行政だから公共性を持たなければいけない、県内の全ての人に知ってもらわなければならない、というのは幻想なのではという、醒めた意見が出た。

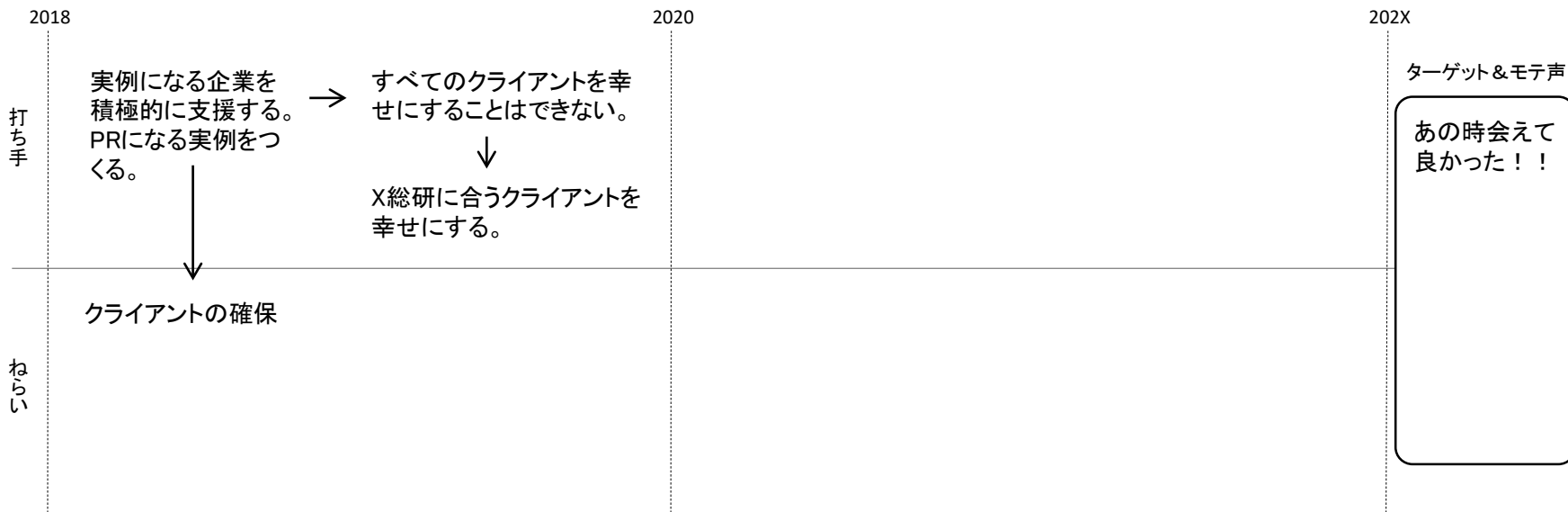
それではデザイン事務所はどうすれば良いのか？というのと、やはりより良い相手を見つけて、そこと深く付き合っって良いプロジェクトにしていく、そのサイクルを作っていくことが必要。そのためには、企業の話をよく話を聞いて、本質を知り、「行けそうだな」と思える所に営業をしていくべき。そこからその企業が他の企業を紹介してくれたり、成功事例を他の企業に聞かせることで、次の企業に広げていく、そういうサイクルを作ることが大事だと思う。

例え話として、恋愛に置き換えたときに、最初のきっかけとして人に紹介してもらったり、合コンだったり、その時相手のことを知らないと仲良くなれない。相手の趣味などを聞いた上で、今度は自分の魅力を伝え、最終的に「このコが良いな」と思えたら集中して攻めて行く。

企業に対しても同じで、広くあまねく声をかければ良いのではなく、人数が限られていることもあるので、成功事例がつかれそうな相手に集中して、良いサイクルを作っていくのが良いのではないか、という結論になった。



Ⅲ X総研デザインチームのモテモテ化計画

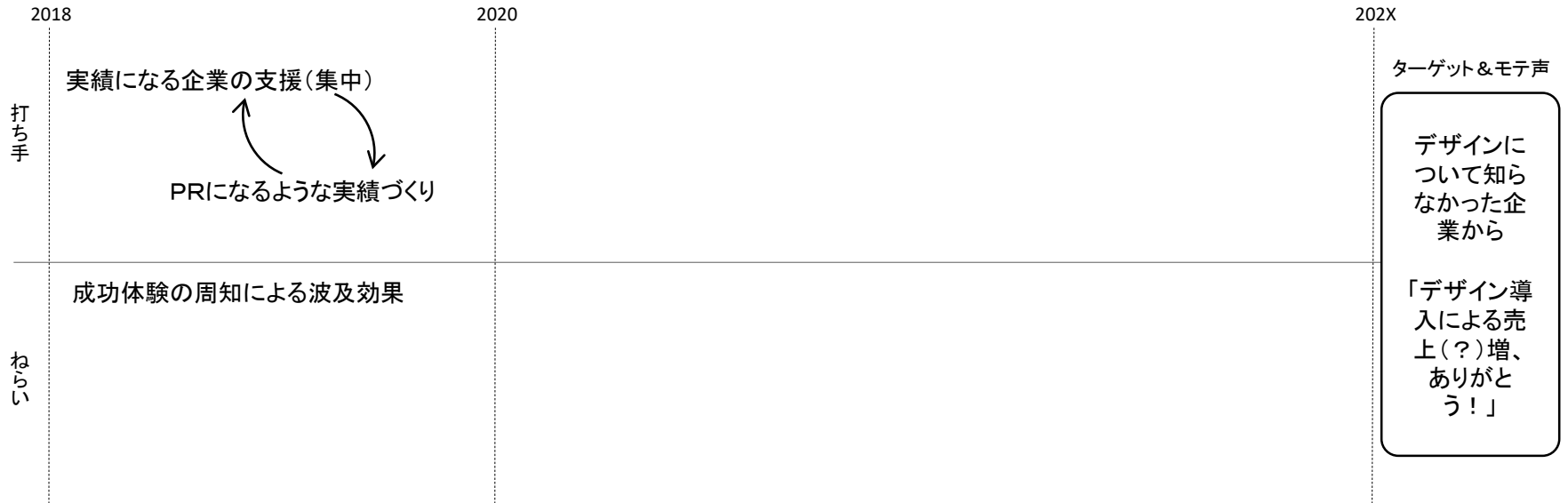


本日のワークの感想・気づき・今後に向けた提案など

感想

グループではデザイン活動のデザイナーとクライアントの関係は恋愛と同じだ。という意見が出た。そのとおりだと感じた。一度に多くの人と恋愛するのはとてもしんどいし、気の合う人しか恋愛できないと思う。

Ⅲ X総研デザインチームのモテモテ化計画



本日のワークの感想・気づき・今後に向けた提案など

- ・どの自治体も同じような問題を抱えており、情報共有することができた。
- ・デザインの効果を数値で示すような研究があれば、ブレイクスルーになると思う。

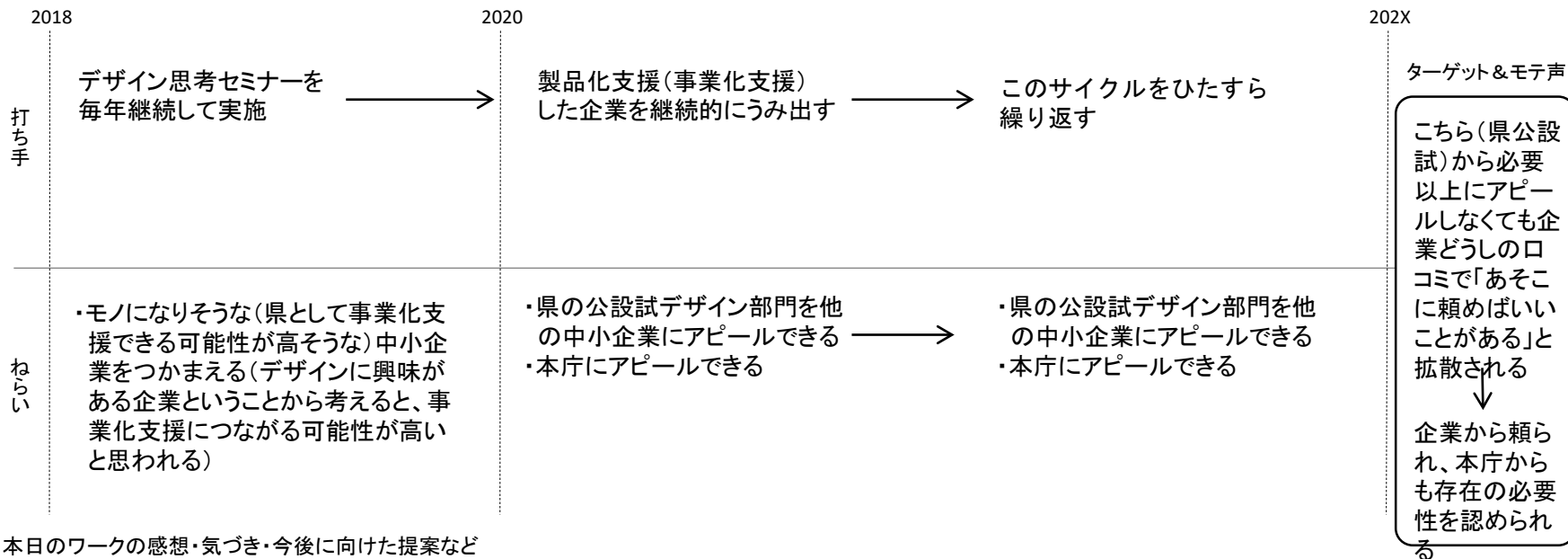
Ⅲ X総研デザインチームのモテモテ化計画

	2018	2020	202X
打ち手	<ul style="list-style-type: none">・現状でのセミナー等で有望そうな企業と組んで渾身の一撃を放つ・小規模ワークショップの仕組みづくり	<ul style="list-style-type: none">・多数企業と取組 (地域デザイナー含めた体制)・企業のパワーランチ企画など実例 反省勉強会	ターゲット&モテ声 うちも相談してみよう♥
ねらい	<ul style="list-style-type: none">・呼び水となる実績をつくり未来の顧客をつかむ種まき・行政の公平性に関する説明と将来的デザイン土壌づくり	<ul style="list-style-type: none">・時間の無い企業へデザイン重要性を伝える・行政を巻き込んで失敗許容のためのセーフネットづくりつつ失敗で終わらせない・手が足りない&民業圧迫問題解決 地域振興にもなる?・サイクルを回す	

本日のワークの感想・気づき・今後に向けた提案など

本日のWS 気づき 感想
研究所の共同研究等とも共通な点があるなと思いました。
恋愛とのアナロジーはおもしろかった！

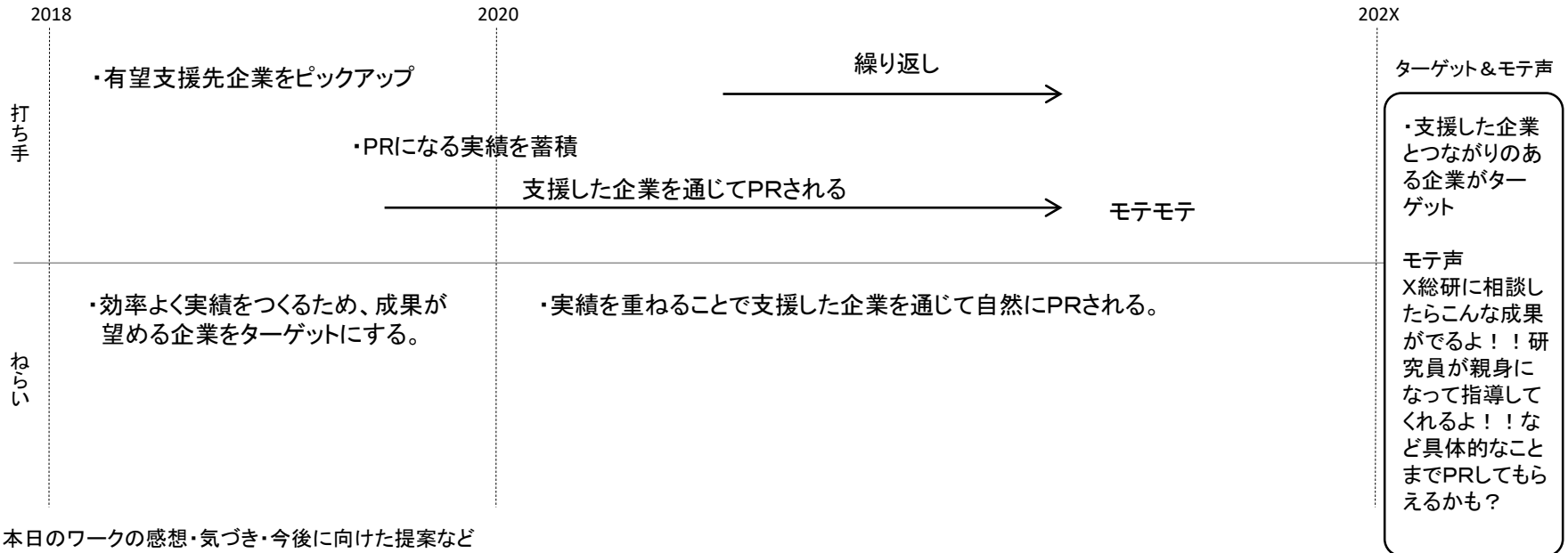
Ⅲ X総研デザインチームのモテモテ化計画



本日のワークの感想・気づき・今後に向けた提案など

大変お世話になりありがとうございました。
 本日のワークショップで、公設試のデザイン部門と民間のデザイナー事務所の業務(仕事)のやり方は、基本的に同じであると、民間デザイナー経験者の方から伺いました。
 民間の事務所は日本全国にその存在をアピールしていない、ということから考えると、公設試だからといって、県民全員にその存在をアピール(PR)しなくてもよいのではという意見は、県民全員のための公設試と思込んでいた人間にとり、非常に斬新でした。
 一方で、公設と民間の違いは「料金が高いか安いである」という意見も出され、公設試のデザイン部門の存在意義をどう理解すべきか、がわからなくなりました。公設試の存在意義を突き詰めて考えなければ、公設試のデザイン部門の存在意義は明確にならないと感じています。

Ⅲ X総研デザインチームのモテモテ化計画



本日のWS 気づき 感想

・公設試の役割を考える良い機械になりました。(しかも気楽に……)



2018.6.29

平成30年度産技連ライフサイエンス部会 第23回デザイン分科会@札幌
2日目ワークショップ@モエレ沼公園 グループ発表&個人ワークシート

秋田県 武藤
福岡県 隈本
埼玉県 赤坂
東北工業大学 菅原
青森県 小野
三重県 榊谷

(敬称略)



※個人ワークシートはデザイン分科会メンバー間での共有を承認して頂いた方のみ掲載しています。

【代表発表者】（公財）あきた企業活性化センター 武藤 貴臣

自分は活性化センターに在席しているので、共同研究というものに馴染みがない。実際の共同研究で、残念ながらデザインセッションについて理解されないまま頼られている、という話があった。あと「色・形よろしくね」と振られてしまう、補助金事業の書類に勝手に名前を入れられてしまう・・・そういう事を聞いてゾツとしてしまった。

共同研究自体は悪いことで無く、やるべきだと思う。企業と一緒にやるということは、きっとその人を育てていく事でもあるんだろう。共に働いて、隣にいてアドバイスしてあげられる、そういう共同研究にできれば良いと考えた。

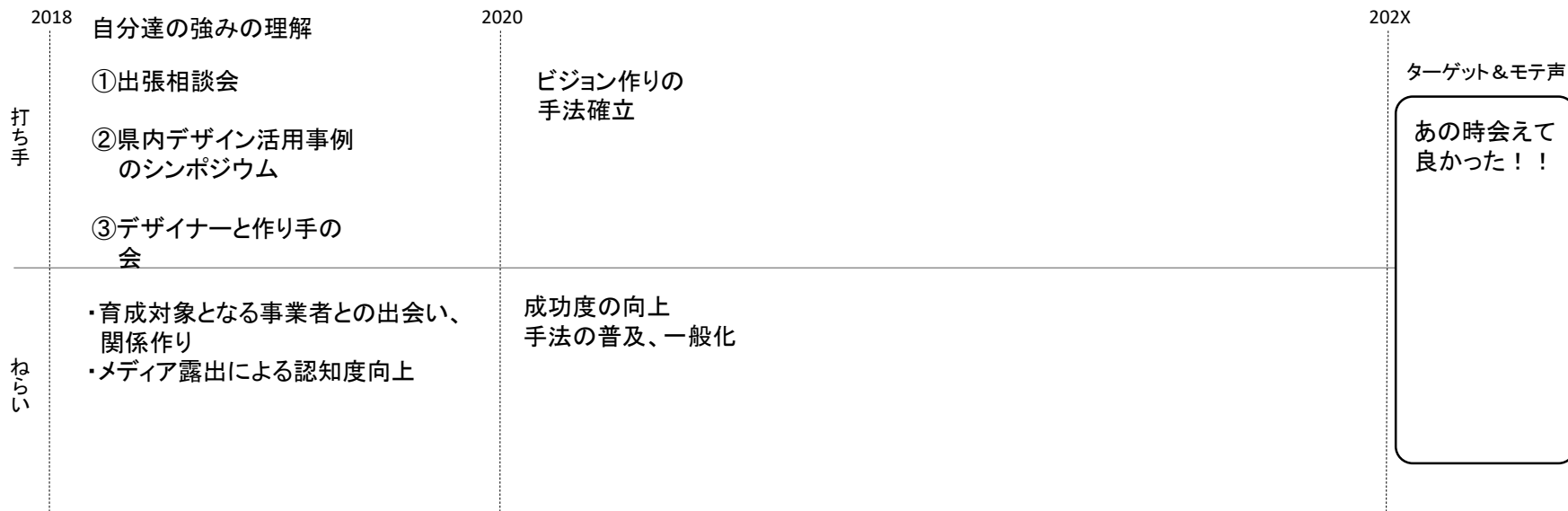
そのためには、まず場作りで、（公設試デザインや共同研究のしくみなどについて）知ってもらう場をつくろう。これはイベントなどになるかと思うが、自分達の強みを理解した上で、分かりやすいキャラクターとして見せていけると良い。これによって公設試デザインの認知度を高め、我々に興味がある人たちの中からこちらが選び、一緒に共同研究を開始する。

（デザイナーからすると企業との付き合いは）金の切れ目が・・・お金が無ければこれ以上はできない、ということはやっばりあるが、公共機関が（無償で）デザインのアドバイスができるのは我々にしかない強みの一つなのだと思う。これを続けることで、事業者に育ってってもらい、持続可能な産地となってくれば。

何年か経って言われたいの「あの時あなたに会えて良かった」。



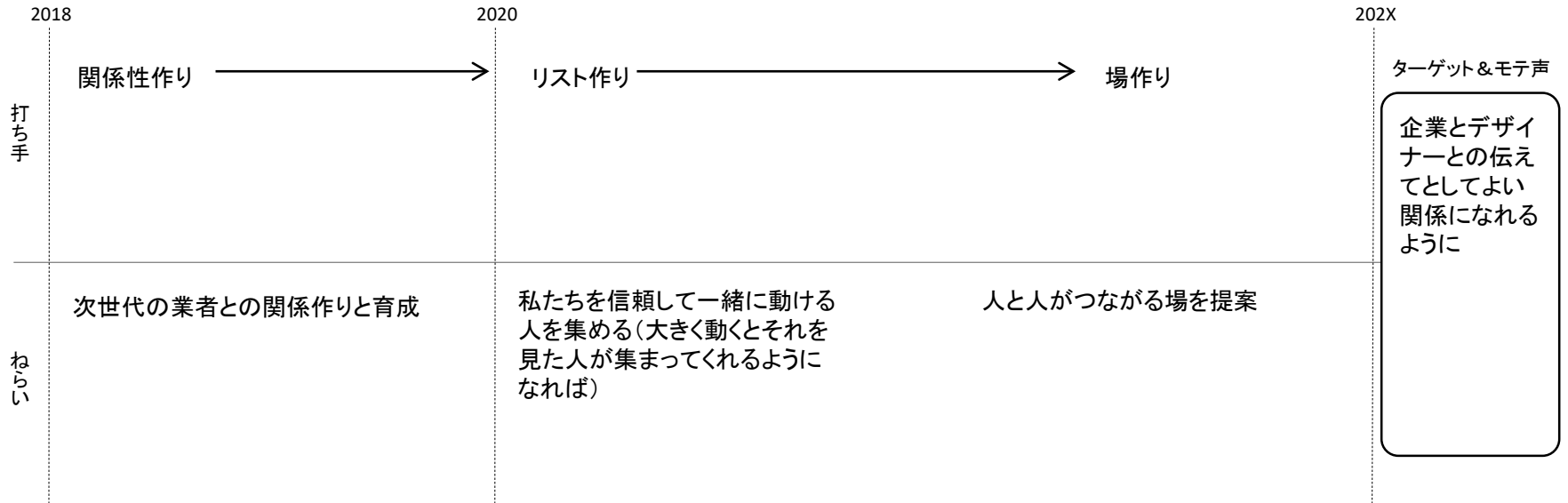
Ⅲ X総研デザインチームのモテモテ化計画



本日のワークの感想・気づき・今後に向けた提案など

「研究」の本来の意味とは異なるが、
わかり易い、(各々異なる県民、企業、行政が)興味を引くテーマとする事で
事業者を巻き込む「手段」にする事ができるのかな?と思いました、

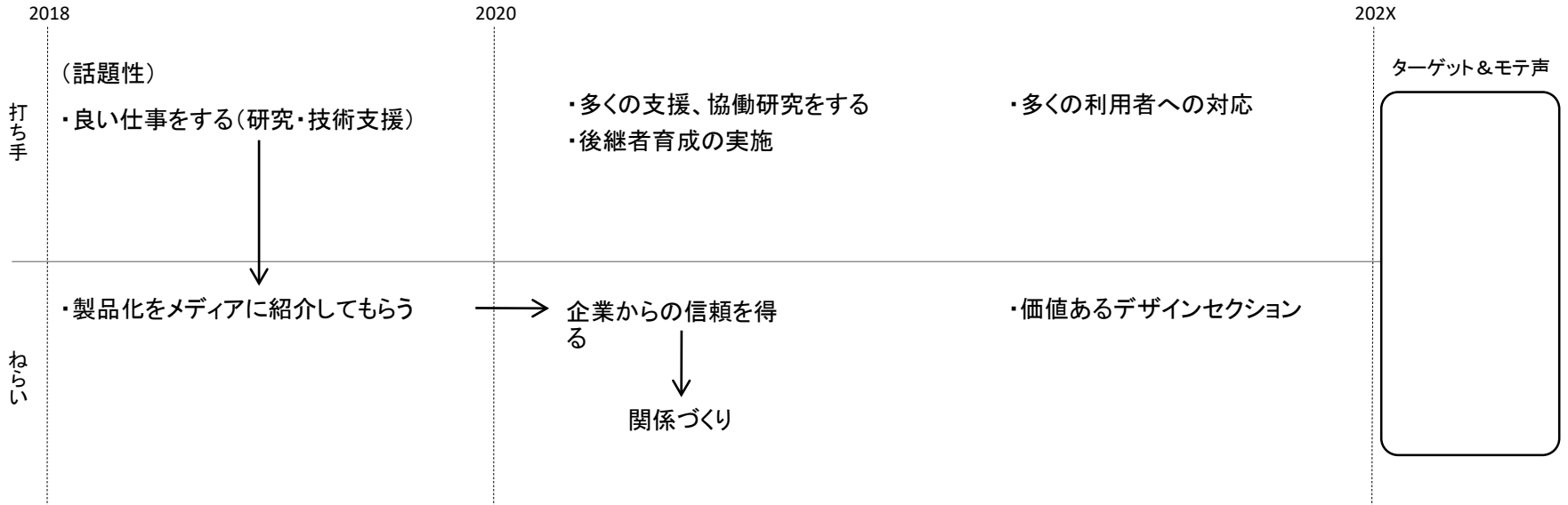
Ⅲ X総研デザインチームのモテモテ化計画



本日のワークの感想・気づき・今後に向けた提案など

今、当センターで考えていることと、同じような流れになりました。
その場限りのつきあいではなく、続くような、信頼できるような間柄になれば
よりスムーズに支援できるのではないかと考えます。

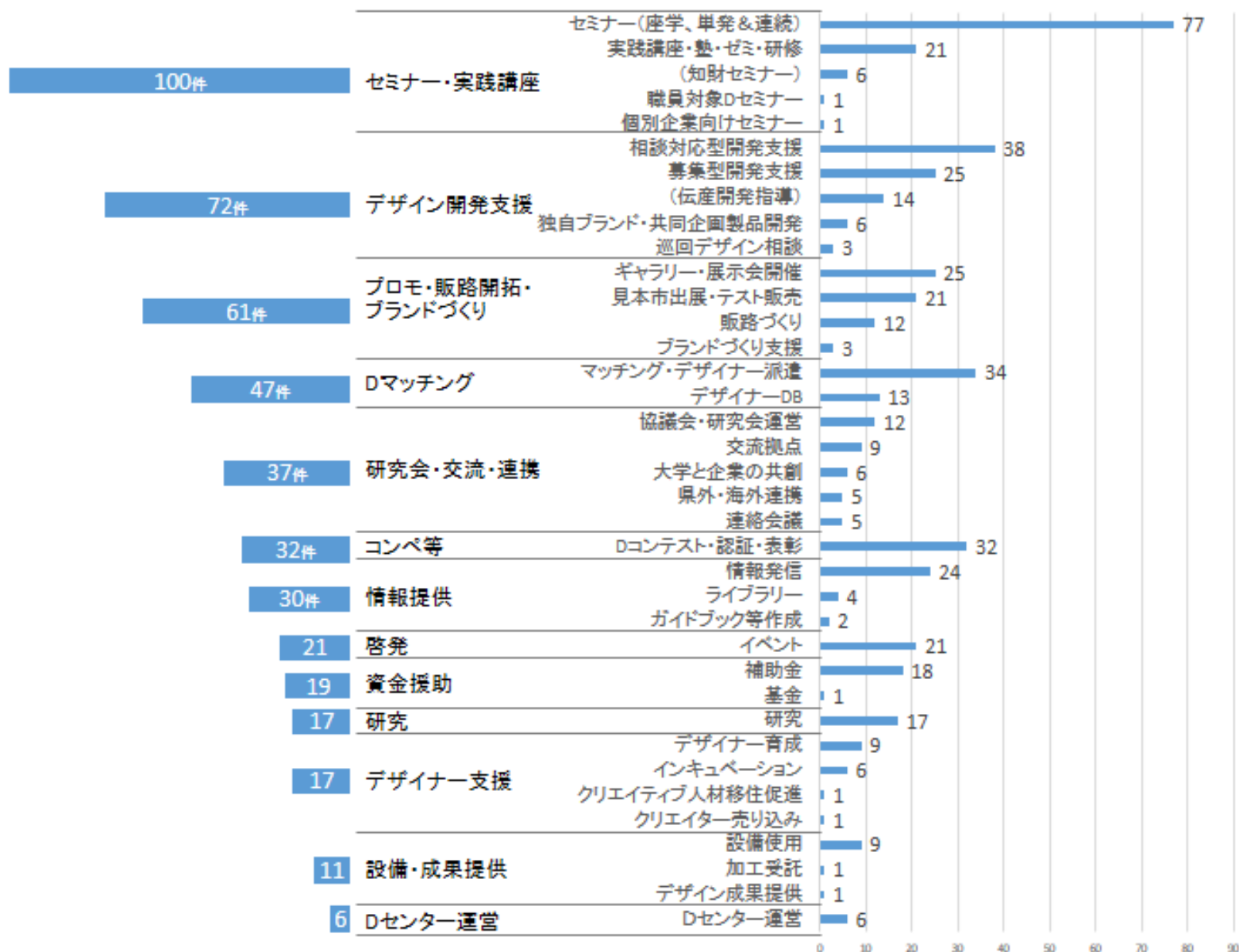
Ⅲ X総研デザインチームのモテモテ化計画



本日のワークの感想・気づき・今後に向けた提案など

最初はこんなことをして意味があるのかと思いましたが、自分の仕事の振り返りと、今後の指針になりました。ありがとうございました。

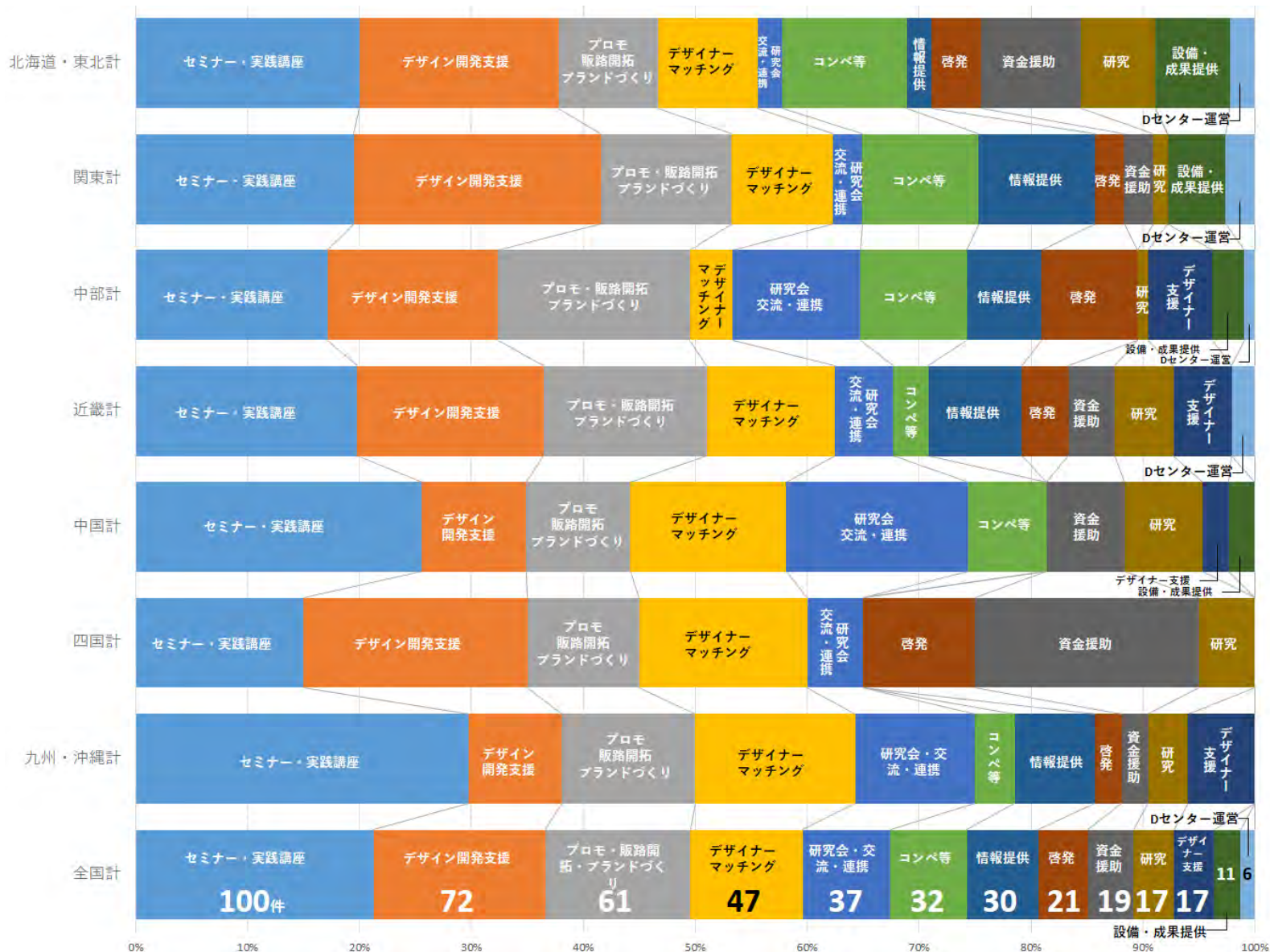
全国各都道府県におけるデザイン施策①～ 全都道府県における全事業の事業タイプ別総計



(参考)経済産業省「デザイン政策ハンドブック2018」

ワークショップ用参考資料

全国各都道府県におけるデザイン施策②～経済産業局エリアごとに集計した事業タイプの構成比



(参考)経済産業省「デザイン政策ハンドブック2018」