

デザイン思考を活用した商品開発

佐賀県工業技術センター 生産技術部 佐藤 彰 辛川 洋介 川口 比呂志

佐賀県を代表する産業の一つである諸富家具産地では、ライフスタイルの多様化や人口減少による市場規模の縮小、安価な輸入品との競争など厳しい経営環境が続いています。また、家具産業の市場は成熟していることから、競合する他社との差別化が難しいのが現状です。

そこで、新たな価値を創出するための方法論として注目されているデザイン思考を活用し、さらなる売上の向上と新規市場の開拓を目的に、産地企業が実践可能な新たな商品開発手法の構築に取り組みました。

厳しい経営環境が続く家具産地

これまでの商品開発

- ・既存製品の改良
- ・他社製品の動向
- ・アンケート調査

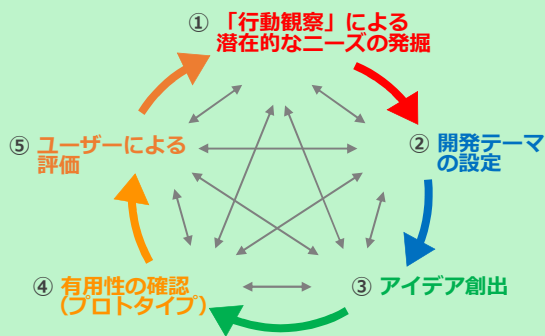
- ✓差別化が困難
- ✓売上拡大困難

“新たな価値を有する商品の開発が必要”

“デザイン思考”

着目

ユーザーの行動観察から潜在ニーズを発掘し、今までにない新しい価値や本当に求められているものを考え出す方法論。



産地企業が実践可能な商品開発手法の検討・提案 (工業技術センター)

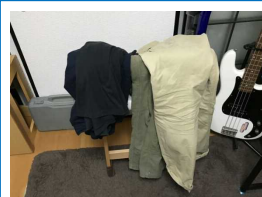
プロセスごとに選定した手法

プロセス	概要	使用する手法
1 共感によるユーザー理解 (潜在ニーズの発掘)	ユーザーの潜在的なニーズや本質的な課題を得るため、実際の言動を観察または調査者自身が体験することでユーザーを深く理解する。	・行動観察 (非交流観察) ・ブラウジング (メディア調査)
2 真の問題定義 (開発テーマの設定)	行動観察で得たユーザーの潜在ニーズを洞察することで本質的な課題を導き出し、真に解決すべき問題を明らかにすることで開発テーマを設定する。	・ブレinstoーミング ・ブレンドライティング ・インサイトソーティング
3 解決のためのアイデア創出	ユーザーの潜在的なニーズを満たす開発テーマを実現するために新たな価値を有するアイデアを創出する。	・マインドマップ ・NM法 ・ブレンドローイング ・イメージスケッチ
4 プロトタイプによるアイデア確認	創出したアイデアを素早く具現化して有用性や実現性を確認し、開発メンバー間で確実に情報共有するとともにアイデアの質を高める。	・イメージスケッチ ・部分試作 ・ラフモデル
5 ユーザーテストによるアイデア検証	ユーザーが実際に使用・体験できるプロトタイプを作成し、アイデアの有用性を検証する。また、フィードバックを得てユーザー理解をさらに深める。	・使用・体験できるプロトタイプ ・フィールドテスト ・フィードバックマップ

モデル企業による実践・検証

プロセス①→②

① 行動観察による潜在ニーズの発掘



② 開発テーマの設定

部屋を綺麗なおきたいが…

- ・近くに置いておきたい?
- ・片づけるのが面倒? etc

毎日使う物の片づけを無理なく“習慣化”するにはどうしたらよいか?

潜在ニーズから導き出した開発テーマ

プロセス③→④

③ アイデア創出

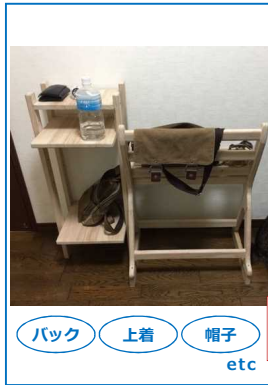


④ 有用性の確認 (プロトタイプ)



プロセス⑤→商品化

⑤ ユーザーによる評価



今までにない家具を提案

バイヤーからの評価
独自性がある
競合する商品がない
ホテル・商業空間でも
シリーズ展開を期待

7店舗で販売中

毎日使うバッグに絞り込み
ありそうでなかった
毎日使うバッグの指定席

成果の普及

商品開発マニュアル・事例集の作成 技術指導・相談
デザイン活用研究会において幅広く県内企業に普及中