

デザイナーと仕事をしよう

■何を依頼するか

デザイナーは具体的に、どのような作業を担うのでしょうか。プロダクトやグラフィックなど、分野によって内容はさまざまです。ここでは、一般ユーザー向け消費財の製品開発を例に、開発作業の流れを見ていきましょう。

一般に、まず市場やユーザーに対するリサーチやマーケティングなどを基に製品の「企画」を立てます。企画に沿って「デザイン」案を考え、これを具体化するための「設計」を行い、「試作」します。試作品の評価に基づいて商品化を「検討・決定」し、「製造」に取りかかります。最後に、「販売促進（以下、販促。セールスプロモーションとも呼びます）・販売」の段階に至ります。

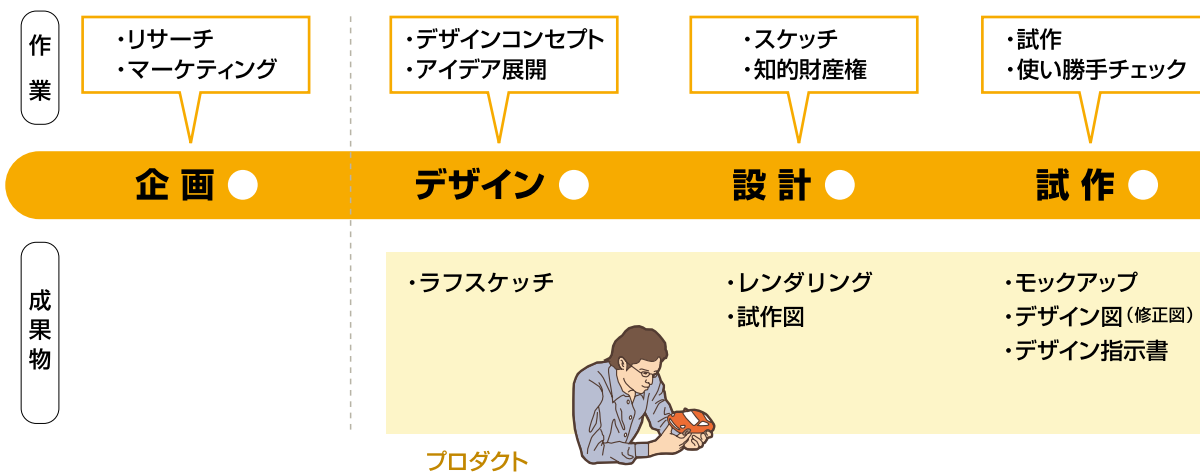
デザイナーに依頼する前に、あなたの企業がこのうちどの機能をもっているかを確認しましょう。右

で例示するように、企業の構成や機能、人材はそれぞれ違います。デザイナーとの仕事では、自社に欠けている機能を依頼する必要があります。

開発過程でデザイナーは、デザインの視点から商品の企画を構想し、アイデアを「ラフスケッチ（おおまかなイメージの絵）」にまとめ、「レンダリング（完成予想図）」、「モックアップ（試作モデル、ダミー）」、「デザイン指示書（仕様書）」などを用意します。また使い勝手のチェックや、量産の監理、知的財産権の確認なども行います。製品パッケージ（包装）のデザインや販売促進のためのチラシ、カタログなどのデザイン、ホームページの制作なども担当します。いずれの場合でも、より良い成果を目指すためにはデザイナーとの密なコミュニケーションは欠かせません。



商品開発の流れ





あなたの企業はどのタイプ?

自社に欠けている機能をデザイナーに委ねよう

TYPE **A** **設計・製造型企業**

OEMのように、決まった仕様を基に設計・製造する機能をもつ企業では、自社の技術を生かした企画や製品を売る作業を外部に委ねることになります。市場動向や流通経路に詳しいデザイナーが向いています。

TYPE **B** **製造専門型企業**

これまで主に部品づくりに携わり、製造部門に特化している企業は、製品の企画やデザイン、販売方法などの経験を多くもっていません。デザインに加え、企画、設計、販売など総合的に精通したデザイナーがよいでしょう。

TYPE **C** **商社・卸型企業**

企画やデザイン、販売のノウハウをもつ企業では、具体的なモノづくりを外部へ委託します。デザインから設計への橋渡しの作業や、製造時のデザイン監理など、製造実務にたけたデザイナーに依頼するといいいでしょう。

検討・決定 ●

製造 ●

販促・販売 ●

- ・設計
- ・生産管理
- ・デザイン監理

- ・販促物の制作
- ・広告ツールの制作
- ・展示会への出展
- ・店舗展開

- ・ディスプレイ
- ・パッケージ
- ・カタログ
- ・広告
- ・ホームページ
- ・取り扱い説明書



ディスプレイ/グラフィック



既存品の弱点を解決して定番製品に

開発の概要

製品 一眼レフカメラ用レンズフィルター収納ケース

ターゲット プロ&ハイアマチュアのカメラユーザー

売り場 家電量販店、カメラ用品店、インターネット

価格 630~945円前後(4サイズ展開、価格は3個組み)



デザイナーと一緒に仕事をすることによって、既存品の使いにくさを解決し、息の長い定番製品を生み出した事例を紹介します。

レンズフィルターの専門メーカーが販売する「フィルター収納ケース」です。外部工場で生産し、自社製品の販売時に同梱します。

従来のフィルター収納ケースは本体とフタが分かれ、カメラを片手に持つと扱いにくい弱点をもっていました。これを解決する収納ケース開発を依頼したところ、デザイナーは「ケース本体とフタを一体化させたヒンジ構造の樹脂ケース」を提案。デザイナーが樹脂素材から成形・業者選定までマネジメントを行い、耐久性や透過性を確保したデザインを実現しました。収納ケースの特徴がよく見えるパッケージ(包装)も制作しています。



デザイン作業のプロセス

step 01

契約

レンズフィルター専門メーカーが、自社製品を納めるフィルター収納ケースのデザインを外部デザイナーへ依頼。依頼先は、すでに付き合いのあったカメラ業界の展示ディスプレイなどを手がける企業から紹介を受けた。開発に着手した時点で業務委託契約書を交わし、費用の支払いは、開発着手時と終了時に半額ずつ支払う2分割とした

step 02

問題点の洗い出し

既存製品を評価し、問題点や弱点を洗い出し、同時に市場背景や売り場分析も行う。ここでは、収納ケースの本体とフタが分かれている既存商品の不便さを解決することが最大のテーマとなった

step 03

製品の方向性を定める

デザイナーは、ケースとフタをヒンジで一体化した卵形ケースの案を提案した。透明度を高く保てるポリカーボネート樹脂を使う案もあったが、コストが高く、ヒンジ構造や耐久性に難があるため断念。総合的な見地からポリプロピレン樹脂を採用することにした

担当者からデザイナーへ

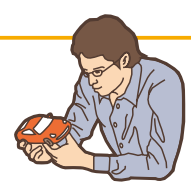
- ① ケース本体とフタが別だと、フィルターの交換をしにくく紛失しやすい。丸い形は転がりやすい
- ② 片手で開閉でき、スムーズにフィルターを収納できる仕組みにしたい
- ③ 売り場で競合製品より目を引き、ブランド認知を促す包装にしたい



企業担当者

デザイナーから担当者へ

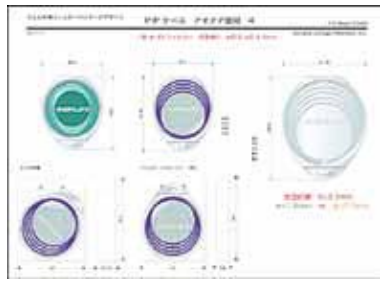
- ① ヒンジを設けてケース本体とフタを一体化。軽量でコンパクトな卵形とする
- ② 上記の工夫により、ポケットやバッグから出し入れしやすく、平置きや縦置きもできる形状に
- ③ パッケージは箱の一部を切り欠き、外からケースそのものが見える訴求力の高いデザインに



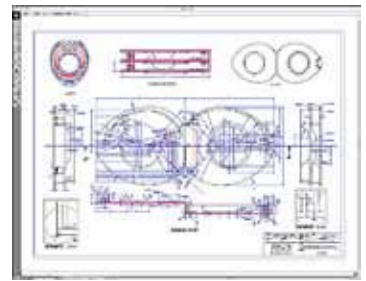
プロダクトデザイナー

問題点や要望を伝える

アイデアを提案する



基本デザインで提示した方向性を基に、アイデア展開を図った時点のラフスケッチ。かなりイメージは固まってきた。異なる大きさのフィルターを収納できるように、ケース内に溝をつけたデザインを提案している



細部の仕様まで詰めたデザイン図。卵形をした完成形が見えてきた。最終デザイン承認を経て、量産化に進む



完成した製品。最終的には、大小2サイズと厚みの違う2サイズ、計4種類を生産した。卵形の特徴ある形は、片手でも操作しやすく、1つで複数の大きさのフィルターに対応可能など、使い勝手を考えて生まれたもの

step 04

デザイン内容を詰める

デザイナーが、ポリプロピレン樹脂の成形加工にノウハウを持つ工場と調整を開始。ケース窓部はあえて厚さを薄くして透明度を高め、収納したフィルターが外から見えるようにした。ケース内側に肋骨状の溝を付け、サイズ違いのフィルターでも内部で動かないようにする工夫も

step 05

量産化に向け最終調整

最終デザイン図面を元に成形金型図面が作成され、製作された金型やテスト成形品のチェックをした。また、量産化するに当たって、クオリティーや納期に不具合が生じないか確認した

step 06

納品・発売

家電量販店などで販売開始。70数種類のフィルターに対応したパッケージを一気に投入し、売り場での展示棚割り面積の拡大と拡販に成功した。アメリカのユニバーサルデザインコンペティションに入賞し、現在も販売が続いている。さらに、このケース構造は大手カメラメーカーにも使用許諾を与え、採用されている

開発の概要

製品	ポット型浄水器
ターゲット	一般家庭
売り場	家電量販店、日用品販売店
価格	約5,000円(380元程度)



製品デザインに加え、デザイナーが販売促進のサポートまで行う場合もあります。

生活用品などを扱う企画販売会社が、市場に新規投入するポット型浄水器のデザインを依頼した事例です。デザイナーは、製品のほかパッケージ(包装)やカタログのデザインを担当し、展示会出展の支援も行いました。

企画販売会社は、ポット型浄水器をまず中国市場へ投入して事業基盤を固める方針を描いていました。これを受けたデザイナーは、既存商品を検証しつつ、持ちやすさや市場で一般的な冷蔵庫への収納のしやすさなどを徹底的に研究。より使い勝手に配慮した製品を提案しました。同時に、店頭のパネルの寸法を考えたパッケージ、製品の特徴を伝えるカタログもデザインしています。

📎 デザイン作業のプロセス

step 01

契約

生活用品などを手がける企画販売会社が、ポット型浄水器とそのパッケージデザイン、および販売促進のサポートを依頼した。依頼先は、担当者がインターネットを通じてデザイナーに直接問い合わせた。開発期間は約6ヵ月、開発依頼と同時に業務委託契約を交わした。費用の支払い方法は「イニシャル+ロイヤルティー方式(20ページ参照)」とした

step 02

問題点の洗い出し

デザイナーは既存商品の市場背景や売り場分析を行った。また、主な既存商品を集めたうえで、新製品のための簡単な実験用モックアップをいくつか作り、それぞれの持ちやすさや冷蔵庫への収納性などの使い勝手を検証した

step 03

製品のデザイン

水が入っている状態でも持ちやすいように角度や位置を調整したハンドル、冷蔵庫への収納や取り出し、持ち運びがしやすい外形をもつ浄水器案をデザイナーが提案。企業の決定権者が各デザイン案の説明を受け、決定した。3DCADのレンダリングを基にマスターモデルを作り、金型の製作にも取りかかる

担当者からデザイナーへ

- 1 ポット型浄水器のデザインをしてほしい
- 2 後発製品としての特徴を打ち出したい
- 3 まず中国で市場を確立したい



デザイナーから担当者へ

- 1 つかみやすさ、収納のしやすさなど、使い勝手に配慮したデザインとする
- 2 パンフレットなどで、浄水処理能力の高さや使いやすさを分かりやすく伝える
- 3 店舗の棚に置きやすい寸法を備え、そのまま持ち運べる取手付きの商品パッケージとする



問題点や要望を伝える

アイデアを提案する



初期のスケッチ。容器を上から持ち上げる際の持ちやすさを考えた外形の幅、操作法がすぐ分かるフタの形、手になじむハンドル部分の断面などを検討している



ハンドルまわりの使い勝手を検証する実験。ハンドルの位置や角度を変えられる模型を作り、男女それぞれ複数の人が、持ちやすさや水を注ぐ動きなどに伴う安定感を確かめた



発売前に開催された展示会の出品物。モックアップのほか、製品の特徴をコンパクトに説明したカタログなどを用意し、流通関係者へ多角的にアピールした

step 04

パッケージ・販促物の制作

マスターモデルで販促用の製品写真を撮影。店頭への置きやすさに配慮し、発売会社のブランドイメージを強く打ち出した製品パッケージを制作した。併せて、製品特性をコンパクトにまとめたカタログを作った

step 05

発売準備

発売の約2カ月前に開催された展示会で新製品を発表。量産用の試作品とパッケージを提示



step 06

発売

家電量販店などで販売開始。中国において品質やデザインに優れた製品に贈られる「中国レッドスターデザイン賞」を受賞し、評価を高めた。今後も生活用品などの開発を展開していく予定だ

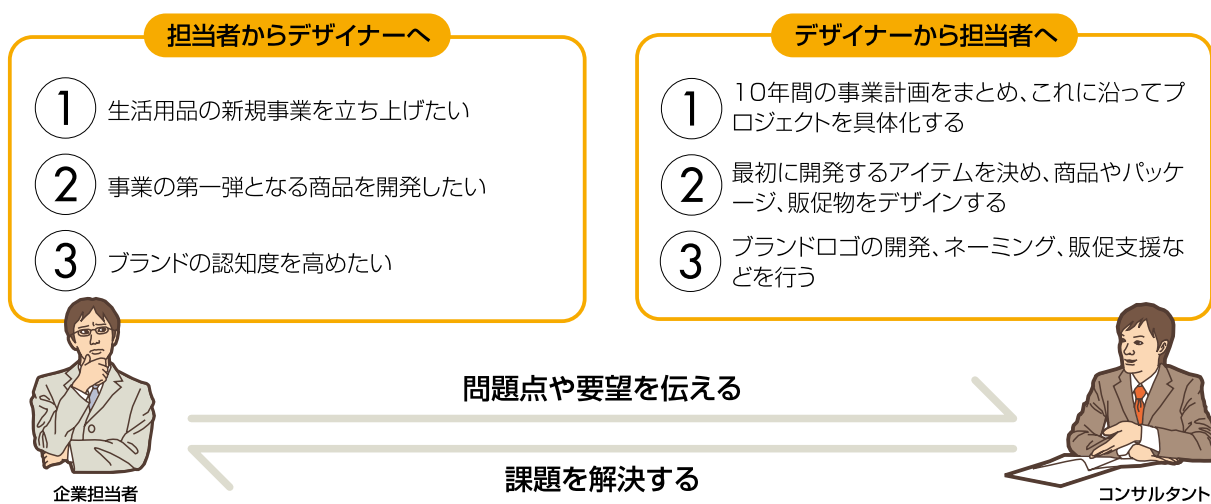
新規事業の戦略、開発体制づくりも

一定の期間を対象に、デザイナーとコンサルティング契約する事例です。

キッチン用品販売の新規事業を立ち上げようと考えたメーカーが、事業展開の計画から具体的な製品のデザイン、販売支援などまでの一連の作業をデザイナーに依頼しました。最初にデザイナーと取り組んだのは、事業計画の設定です。10年後を見据えて展開していく製品アイテムや売上の全

体像を描き、市場動向や自社の状況を見ながら、まず開発する製品を定めます。国内はもちろん、海外市場を目指す場合はその地域の知的財産権の状況を調査し、計画に反映させていきます。その後、デザイナーは具体的な製品開発に取りかかり、パッケージや販促物なども制作しました。

デザイナーは、製品開発と営業の担当者が目的を共有する開発体制づくりも重視しました。



📌 デザイン作業のプロセス



C O L O R U N I V E R S A L D E S I G N



カラーユニバーサルデザインに配慮したレバー、ノブなどのシリーズ商品。色による識別に加え、「OPEN」「CLOSE」といった操作手順や矢印、色名を表す文字の刻印サービスを併用することで、使い勝手のさらなる向上を実現した

機械や装置などに用いる取っ手やノブと言え、
 メタル製や樹脂製の単色製品を思い浮かべるか
 もしれません。しかし、目に見え、手に触れる部分
 の色に工夫を凝らすことで、製品に付加価値を生
 み出す例があります。

写真のレバーやノブ、取っ手は、レバーやネジな
 ど機械部品を製造販売するメーカーのシリーズ製
 品です。「新しい視点からの商品」を求められた
 デザイナーが提案しました。

「シルバーグレー」「ブラック」「オレンジ」「ブルー」
 「イエロー」の5色は、色覚の多様性に配慮して実
 験検証を行い、色覚異常をもつ人にも識別しやす
 いように色みや彩度を調整したものです。色違い
 によって作業手順を明示する、作業安全性を高
 め「ヒヤリ」「ハッ」とすることを防ぐ、無機的な印
 象から脱して楽しさを演出するといった効果があ
 ります。5色のカラーバリエーションは新たなシリ
 ーズ製品としての魅力を付与し、展示会や売り場
 での訴求力向上にもつながりました。

できる限り多くの人にとって見やすく、使いやす
 いよう製品を設計することを「ユニバーサルデザイ
 ン(UD)」と呼びます(25ページ参照)。なかでも
 色に関する工夫を「カラーユニバーサルデザイン
 (CUD)」といい、ここ数年、多くの企業がその重
 要性に気付き始めています。この製品は、CUDで
 新しい付加価値をもたらした事例といえます。

色 を変えるだけで
グンと
便利になる!