

## あたらしい社会に必要とされる ビジネス・パーソンを目指す連続講座

これまで一般財団法人大阪デザインセンターでは、デザイナーとして社会に貢献するためのソリューションの技法や、デザインをブランド戦略、企業経営に生かす手法を学ぶ講座を開催して参りました。新しい視点での経営やビジネスが求められる今、必要とされるビジネス・パーソンは、命題に対して美しい答えを見える化できる「ソリューション能力」のある人であり、市場ニーズ、商流を把握して、経営的な観点から商品や仕組みをプロデュースできる人材です。この理想の人物像に近い場所にいるのが、ソリューションを生業とするデザイナーです。企業の企画開発者、中小企業の経営者なども近いといえるでしょう。

現にこのような役割を担っている人たちも多いますが、その多くは社会や企業内でのパートを受け持っており、全体の中での役割配置、思考メソッドを、もれなく理解し、実践できているかは疑問です。

これらを体系的に学ぶ場が必要であり、アカデミックな方法論だけでなく、デザイン界に近いところで活躍された方々の実践経験を活かせるような仕組みが必要です。そのようなパフォーマンスを発揮できる人材を育成するため、3つの連続講座を行う運びとなりました。下記の3講座では、現場に必要な人材を育成しつつ、ノウハウの蓄積を図ること目的としています。

### 連続講座



### Ⅲ. デザイナー・企画開発者の販路・市場講座 2016年1月~2月(全7回)

消費者ニーズ、販売者の意図を正確に捉えて、より効果的なデザインに結び付けるため、典型的な購買層をどこに定めるのか(ペルソナ)、ブランド戦略、グラフィック等による店舗のイメージ発信、具体的な商品構成、陳列方法等の実例を通して、店舗規模、販売手法ごとにアピールの仕方を学びます。



### I. デザインプロデューサー育成講座

2015年7月~8月(全7回)

旧来の外観主体の仕事ではなくて、企業経営に対して、デザインコンサルを行える能力を持ち、プロジェクト全体を俯瞰してディレクションできるデザイナーを育成します。企業の中の企画開発担当者は、デザイナーの思考法を理解してうまく取り入れ、企業理念を顕在化し、プロジェクト全体を俯瞰してディレクションできるようになることを目指します。



### Ⅱ. デザイン・シンキング修得講座

2015年8月~9月(全6回)

あらゆるものごとがデザインの対象となってきた今、求められているのは新しいものの考え方を発見するデザイン思考です。東京大学i.school、慶應義塾大学SDMのアカデミックな知見を広めるとともに、現役のデザイナーから、どのような思考メソッド、ソリューションの手順を経て、問題を解決するか、してきたかを体系的に学びます。

### 募集要項

募集定員

24名

受講料

デザイナー・企画開発者の  
販路・市場講座(全7回)

6万円(ODC賛助会員は4万円)

ものづくり中核人材育成事業の指定講座です。  
中小企業庁へ申請していただく事で、  
受講に係る費用の2/3の補助を受けられます。

開催日時

2016年1月6日(水)~2月17日(水)

18:30~20:30 全7回

対象

デザイナー、企画担当者、  
企業経営者など

申込方法

ODCサイトのフォームより(締切:2015年12月24日(木))  
補助金申請の方は、2015年9月16日(水)  
<http://www.osakadc.jp/>

主催・お問合せ先

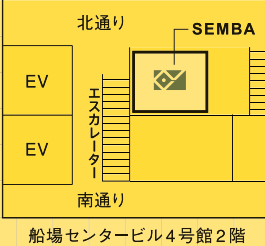
一般財団法人大阪デザインセンター  
〒559-0034 大阪市住之江区南港北2-1-10 ATCビル ITM棟10階 A-1  
Mail [odc@osakadc.jp](mailto:odc@osakadc.jp) Tel 06-6615-5571 Fax 06-6615-5573

[www.osakadc.jp](http://www.osakadc.jp)

会場

大阪デザインセンター SEMBA 地下鉄堺筋線・中央線  
「堺筋本町駅」直結 ⑧⑨  
出口に向かう改札を出て  
左の船場センタービル地下  
2階からエレベーター  
で2階へ  
大阪市中央区船場中央2-1-4-213  
船場センタービル4号館2階213

ダイトー光芸(株)様



# デザイナー・ 企画開発者の 販路・市場講座

2016

1.6 [水] - 2.17 [水]

18:30 - 20:30 全7回

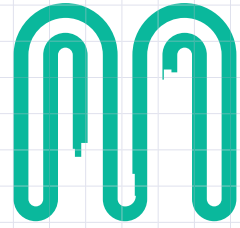
at SEMBA

シリーズ  
連続講座  
Ⅲ

吉田三千代  
石本和治  
間宮吉彦  
我妻義一  
柿尾正之  
玉井恵里子  
上野祐子



消費者ニーズ  
商品のアピール方法から  
売れる商品づくりを学ぶ  
プログラム



## 消費者が購入に至る 新経験＝価値デザイン

成熟社会となった現代においては、消費者の潜在的なニーズを引き出すことが求められます。消費者の共感レベルの質が高まっていますので、消費者の隠れた感性に働きかけることによって、商品価値は大きく向上します。しかし、デザイナーや企画開発の方は、消費者から距離があり、ニーズを把握できないままに商品づくりが進んでしまうことも多いのではないのでしょうか。それが良いモノであっても売れない原因です。一方、商品情報を伝える媒体ごとに、販売手法は変わります。ターゲットと販路がマッチしていないと、こちらの意図が伝わらない可能性が高くなります。商品と消費者の出会いの場である店舗のイメージ戦略や商品構成なども重要です。消費者がその商品を目にして、美しさや心地よさを感じる「新たな経験」をできることが、商品「価値」となります。消費者の潜在ニーズのとらえ方、商品の良さを正しくアピールする販路と見せ方を学んで「売れる商品づくり」を目指しませんか。これも「デザイン」です。

デザイナー・  
企画開発者の  
販路・市場講座

講師プロフィール

### 吉田 三千代

サンケイリビング新聞社 シティ事業部長  
1962年生まれ。同志社大学文学部卒。同志社大学総合政策科学研究科修了(総合政策科学修士)。  
85年、株式会社サンケイリビング新聞社入社。ミセス向けの情報紙「リビング新聞」、OL向けの情報紙「シティリビング」、幼稚園ママと園児向け情報誌「あんふぁん」の編集長を経て、2015年4月よりシティ事業部長。



### 石本 和治

1031コンサルティング 代表  
慶應義塾大学経済学部卒業後、関西大手流通業に入社。14年間海外ラグジュアリーブランド婦人服・服飾雑貨の仕入れ・販売担当。首都圏支店店長等を経験、食品から衣料品、インテリア商品等に至るあらゆる分野を経験。現在、経済産業省省営革新等認定支援機関中小企業診断士として、ものづくりや創業の支援、事業再生支援を行う。消費者視点の商品開発と販路開拓をモットーに支援を行う。



### 間宮 吉彦

株式会社インフィクス 代表取締役社長  
1958年大阪生まれ。全国で飲食、物販など商業空間のデザインをはじめ、企業のエンターテインメント空間や行政のパブリック・スペースなどあらゆるジャンルのインテリアから建築までトータルに手がけている。特定の様式や主義にとらわれることなく、常に時代のムードを表現し、その中に潜む普遍性を追求。その場のモノではなく、コト自体を重視し、「そこにしか存在し得ない空気を表現する」根源的に「場」の力を発揮させる本来のデザインを目指している。  
大阪芸術大学デザイン学科教授



### 我妻 義一

株式会社スマイルズ ジラフ事業部長 兼 新規事業室/  
株式会社サーカス 取締役  
1973年生まれ。明治大学卒業後、流通業バイヤー、スペシャリティコーヒー業界、キャラクタービジネス業界での企画等を経て、2009年に株式会社スマイルズ入社。Soup Stock Tokyo 事業の法人営業部部長を務め、冷凍スープ専門店「家で食べるスープストックトーキョー」立ち上げ、機内食企画・開発等に取り組む。2014年秋よりネクタイブランド「giraffe」事業部長。店舗展開の加速と同時に、リブランディングに取り組む。2015年4月より関連会社、株式会社サーカス 取締役に着任。



### 柿尾 正之

公益社団法人日本通信販売協会(JADMA)理事・主幹研究員  
マーケティング会社にて小売業・外食産業等のリサーチ・コンサルティング業務に従事。その後、1986年4月、公益社団法人日本通信販売協会(所管:経済産業省)に入局。おもに調査、研修業務を担当。主任研究員、主幹研究員を経て、現在、理事・主幹研究員。日本ダイレクトマーケティング学会理事。この間、早稲田大学商学部客員教授(2009年～11年)他、数校の大学の講師を務める。著書に「通販～不況知らずの業界研究～」(共著:新潮社)、「通信販売はどこへ行く」(織研新聞社)等。



### 玉井 恵里子

株式会社タピエ代表取締役・大阪成蹊大学非常勤講師  
京都工芸繊維大学修士課程修了。92年アルフレックスジャパンより独立し東京代々木に「タピエ」設立。個人邸・ゲストハウス・寺社建築など、デザインコンシヤスな人々へ向けたライフスタイル提案。京都伝統工芸職人とのコラボレーションプロダクトを多数発表。  
■Best Design Osaka インテリアコーディネーター部門賞受賞  
■ものづくりルネサンスコンペティション企業賞受賞  
■代表作 東光寺涅槃堂 2011年竣工  
■2008～2014年まで毎年ミラノサローネにて作品発表



### 上野 祐子

(株)上野流通戦略研究所 代表取締役  
国立大学法人愛媛大学客員教授。  
1978年国立奈良女子大学大学院修士課程修了。  
1981年デザイン企画・商品開発・調査・PRを主とするマーケティング会社起業。マーケティング戦略立案・商品開発やブランド戦略・CI・BIコミュニケーション戦略を専門として関西圏・首都圏で事業展開。1995年より地域振興計画策定事業で東北・中四国・九州エリア等全国に進出。1999年から「共創マーケティング」による地域活性化・地域づくり・地域ブランド開発に携わる。



## 講座開催スケジュール

1	日時 1/6(水) 18:30～20:30 消費者ニーズの つかみ方	講義 18:30～20:00(20:00～20:30は質疑応答、ディスカッション) <b>女性マーケットを読む ～関西女性の消費インサイト～</b> 若い世代がモノを買わなくなった、長い不況の影響で節約モードがデフォルトになっている…インバウンド市場の活況とは裏腹に、国内景況感足踏み状態のままと言われています。本講座では、関西女性のインサイトデータから、マーケットのリアルな姿を見つめ、変化の兆しを探ります。	講師 サンケイリビング新聞社 吉田 三千代
2	日時 1/13(水) 18:30～20:30 商品に応じた 販路の選択	講義 18:30～20:00(20:00～20:30は質疑応答、ディスカッション) <b>デザイン思考とストーリーに基づく 商品開発・販路開拓</b> 情報が氾濫する中で消費者はどのように商品選択を行っているか。その消費者の価値観に基づく商品開発はどうあるべきか。さらには開発商品をどのようなマーケティング戦略で販路開拓し、市場シェアを獲得していくか。開発から販路開拓までの戦略ストーリーを解説。	講師 1031コンサルティング 石本 和治
3	日時 1/20(水) 18:30～20:30 店舗設計における デザイナーの意図	講義 18:30～20:00(20:00～20:30は質疑応答、ディスカッション) <b>商環境デザインの意図</b> 商環境の空間には造形としてのデザインと共に、集客装置としての場づくりが求められる。そして、事業環境を消費者の立ち位置で観客的に評定して、事業運営がうまく展開し、継続していく環境デザインを意図しなければならない。	講師 株式会社インフィクス 間宮 吉彦
4	日時 1/27(水) 18:30～20:30 専門店の イメージ戦略	講義 18:30～20:00(20:00～20:30は質疑応答、ディスカッション) <b>ネクタイ発、新しい専門店のかたち</b> 大手寡占による専門店や商店街の衰退。金太郎あめ、没個性の昨今の店づくりに一石を投じ、ネクタイ専門店の観点から専門店のあり方を考えます。	講師 株式会社スマイルズ 我妻 義一
5	日時 2/3(水) 18:30～20:30 通販業界の動向	講義 18:30～20:00(20:00～20:30は質疑応答、ディスカッション) <b>小売市場を変える ネット通販の現状と将来</b> 通販市場はここ10年で2倍の市場規模になっているが、その原動力はネット通販である。小売市場における位置づけ、ネット通販をとりまく環境の変化、今後の動向、事例紹介等によって解説をおこなう。	講師 公益社団法人 日本通信販売協会 (JADMA) 柿尾 正之
6	日時 2/10(水) 18:30～20:30 小規模 マーケットでの 売り方	講義 18:30～20:00(20:00～20:30は質疑応答、ディスカッション) <b>カワイイ文化を世界発信 タピエ流「kawaii et cetera」</b> 日本独特の感性や文化を表現する言葉として、いまや世界中で広く使われるようになった「カワイイ」。この言葉をキーワードに、展示会「Kawaii et cetera (カワイイエトセトラ)」を、パリ市の「アトリエ・ド・パリ」にて企画・運営しました。この展示会で得たビジネス発展の機会と、国際交流についてマーケティング視点で考察します。	講師 株式会社タピエ 玉井 恵里子
7	日時 2/17(水) 18:30～20:30 マーケティング	講義 18:30～20:00(20:00～20:30は質疑応答、ディスカッション) <b>デザインとマーケティング</b> デザイン産業の国内市場規模は、約2兆2,000億円。デザイン領域拡大やデザイナーの海外進出等が進んでいるが、課題も多い。デザイナーがマネジメントセンスやマーケティング力を磨くことが日本のデザインビジネスの拡大に繋がる。	講師 株式会社 上野流通戦略研究所 上野 祐子