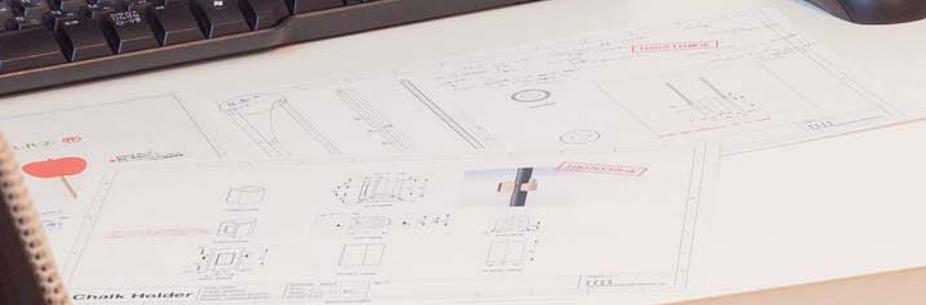


前向きに挑戦する福井の企業を応援します

F-FACT

ファクト > Fukui advanced companies' try



[特集] デザイン視点のアプローチ
～デザイナーと仕事をする～

vol.6

デザイン視点の アプローチ

～デザイナーと仕事をする～

売れるための戦略を考えると、企画～設計～生産～販売といったもののプロセスにおいても、デザイン視点のアプローチは不可欠なものとなります。そして、このアプローチにおいて、課題を発見し、解決法を考え、目的達成のための具体的な手法を提案するデザイナーが力を発揮します。今号では、デザイン視点のアプローチをテーマに、デザイナーとともに仕事をする重要性についてもみていきます。

デザインの重要性

最近中小企業のデザイン導入が高まってきていますが、まず最初に「デザイン」に対して誤解を解いておく必要があります。よく聞く話に「とにかく売れる商品をデザインしてくれ」と経営者がデザイナーに指示する、ということがあります。しかし、デザイン

を商品開発そのものと捉えれば、それがデザインに対する理解不足からくるナンセンスな望みであることは明らかです。

これは単に「色や形を良くして売る」という、ただの差別化手法にしかありません。つまりデザインを商品のスタイルングだけではなく、パッケージデザインや広告宣伝を

通したコミュニケーション手法として、さらには機能や開発体制なども含めて戦略的な商品開発に欠かせないものとして捉えれば、経営におけるデザインの位置付けが自ずと明らかになってきます。

デザイナーは 商品開発のパートナー

企業として高付加価値化、ブランド化を進めていくためには、戦略的に企業のあり方を発信していかねばなりません。それには、会社の身の回りである、地域資産・文化資産としてのどのようなものがあるかを見つけ出し、それを会社の資産として活かしていく、いわば点を線へ、線を面へと拡大していく力を身につけていくことで、デザイナーが企業独自の経営スタンスを表現する手法となつて、強固な企業ブランドが確立されていきます。そこにデザイナーを効果的に導入し、ミッションに有効に活かしていくことが求められます。

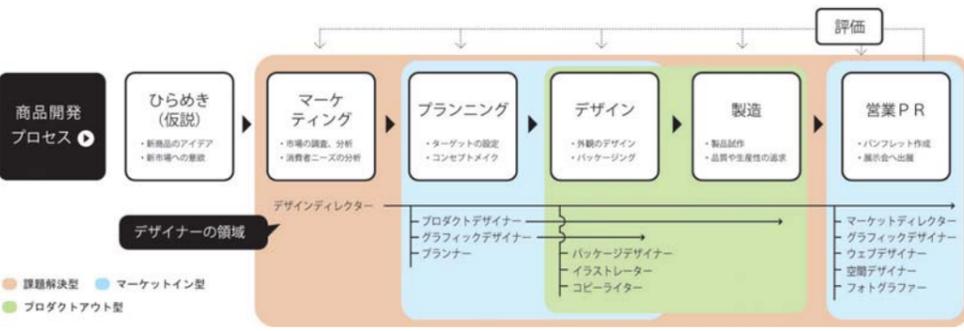
それには、経営者はデザイナーの持つ専門性や特性を理解し、市場調査、商品開発、

ブランド戦略、広報宣伝など、総合的かつ同時進行的に業務を推進していくことが大切です。商品開発のパートナーとして、また最終顧客との接点としてデザイナーの活動領域は多様化してきています。

デザインの領域と 県内デザイナーの情報

デザインは大きく分けると「物に関するデザイン」、「環境に関するデザイン」、「視覚・コミュニケーションに関するデザイン」の3つに分類することができます。そしてそれぞれに専門性があり、細分化されています。このようなデザインの領域を理解し、商品開発プロセスに応じたデザイナーの導入を図ることが、よりよい商品づくりにはブランドづくりにつながります。

デザイナーを「形や表面処理の専門家」と捉えたと決して成功しません。デザイナーは「カタチ」だけでなく構想や着想、企画立案などカタチのない部分にも創造力を駆使して大きく力を発揮できる存在であることを認識しましょう。



デザイナーと進める 商品開発のプロセスと ポイント

いよいよ商品開発に取り組みプロセスにおいては、どのようなタイミングで、どのような専門デザイナーを導入し、たらいのか悩むところではないでしょうか。くれぐれも、「デザインのことは分からんから、好きにしてくれ」とならないようにすべきです。

商品開発は事業戦略のもとに組み立てられるべきですから、デザイン導入も事業戦略と同時に進めなければ効果を生み出すことはできません。当然事業戦略と併せて、経営理念や経営ビジョンとの整合性のチェックも忘れてはなりません。

ません。

また、「プロダクトアウト型商品開発」、「マーケットイン型商品開発」、「課題解決型商品開発」など、商品開発プロジェクトの形態によって、デザイナー導入のタイミングや、細分化されたデザイナーの設定等が変わってきます。その際、プロジェクトを円滑に進めるためにデザイナーを依頼する時には、次のポイントを明確にしておくことが重要です。

- ① 開発コンセプト・活用技術・市場・販促データなど、社内各部署で情報共有しておく。
- ② 試作・検証など、成果物の完成度のチェック体制を強化する。

デザイナーとより良い パートナーシップを 組むために

デザイナーは、課題を発見・整理する能力や、それを優れた感性や経験値を踏まえて創造性に満ちたコンセプトで表現する引き出しを持っていないから、商品と顧客のミスマ

ッチを防ぐのに有効な存在となるでしょう。

最終顧客との接点にデザイナーの力を有効に活用するため、クライアントである企業の皆さんは、デザイナーに自社の想いと情報をしっかりと伝えて、商品開発を進めていきましょう。デザインの価値をお互いにきちんと共有し、一連の商品開発プロセスを総合的に進めていくことが「顧客に喜ばれ、選ばれる商品」を発信できるカギとなります。

執筆者 西山 雅彦
デザイン振興部長

＝デザインに関するお問い合わせは＝
（公財）ふくい産業支援センター デザイン振興部
電話：0776-55-1756
E-mail: dcf@fisc.jp



「CRU」税抜価格1,000円。県内書店のほか、勝木書店のウェブサイトからも購入できます。



「デザイナーバンク」
<http://www.fisc.jp/design/>



表紙写真：(株)メディア医療デザイン研究所の点滴スタンド [feel]

CONTENTS

01 特集 **デザイン視点のアプローチ
～デザイナーと仕事をする～**
事例：(株)メディア医療デザイン研究所/東工シャッター(株)/(株)フナプラス
デザイナーと創る 景山 直恵氏、(株)小黒屋商店
お手本にしたいグッドデザインin FUKUI
(株)キッソ/街籠泉習物/アイテック(株)/山久彦(株)/
I-STRIPE/街漆琳堂
はじめてのデザイナー活用FAQ

13 完成への道のり
若越印刷(株)

15 若手のチカラ。
(株)ナチュラルスタイル

17 飛躍する経営者たち
(株)山内スプリング製作所

18 地方の挑戦
19 デザイン～少し気になる日常風景～
20 インフォメーション 他



株式会社メディデア医療デザイン研究所
 http://medidea.co.jp/
 所在地：鯖江市桜町2-2-17
 電話：0778-52-0271
 代表者：山本典子氏
 資本金：300万円
 従業員数：2人
 事業内容：医療、看護、介護用品の研究、開発、販売

代表取締役 山本典子氏



患者にも看護師にもやさしい、ホスピタリティのある医療デザイン

株式会社メディデア医療デザイン研究所

医療を受ける側、医療を実践する側の双方にとって心地良い医療環境に貢献するものづくりを進める株式会社メディデア医療デザイン研究所。8年前に開発した医療用テープカッター『きるる』と、4年前にプロダクトデザイナーの村田智明氏と共同でデザインした点滴スタンド『feel』は、ともに『グッドデザイン賞』と『キッズデザイン賞』を受賞しています。患者や看護師の視点から生まれる発想をプロのデザイナーによって世界に通じるカタチに変えていく仕組みを実践している代表取締役の山本典子氏に、その経緯と意義を伺いました。

「新・現代日本のデザイン100選」にも選ばれた『feel』。今年4月からカナダ・北米・南米・欧州の大使館、総領事館で10年に渡って展示されます。難しい木製部品加工は越前市の株式会社シャトルが、棒の芯となるスチールの部分は福井市の田安鉄工様が担当しています。

は、小児科に勤務していたときのエピソードに思い至ったと言います。

「定期的に抗がん剤治療を受ける患児が、点滴スタンドを見るだけで気分が悪くなる」と訴えていました。看護師から見ても、既製品では点滴ボトルが掛けにくい、患児名や薬剤名が丸見えになるといった問題や、患児が移動するとき、そばで点滴スタンドを支える母親が無理な体勢になり、転倒などの心配もありました」

山本氏は無機質な冷たい印象の金属製ではなく、メンタルケアまで配慮した木のぬくもりある点滴スタンドを開発。具現化にあたっては、村田氏にプロダクトデザインを

現役看護師として働きながら医療用テープカッターを開発

山本氏がものづくりに携わるようになったきっかけは、7年間のブランクを経て復帰した看護の現場でした。以前から看護師が持ち歩く医療用テープを切る適切な道具がなく、その現状が何も変わっていないことに山本氏は「驚いた」と言います。そこで、自ら清潔で使いやすいテープカッターを試作。それを見ていた当時の上司からアドバイスを受け鯖江商工会議所に相談したときから、山本氏の看護師とデザイナーとの2足のわらじ生活が始まりました。

山本氏が研究した医療用テープカッター『きるる』のビジネスプランは、2005年に鯖江商工会議所主催のコンペでグランプリを受賞。翌年、中小企業基盤整備機構のベンチャー支援事業に採択されました。設計データを作成し、福井県工業技術センターで光造形による試作を繰り返す日々が続きました。

「病院に勤めながらだったので大変でした。設計データ

心理面からのデザインで病院の負のイメージを改善

村田氏は、開発の経緯をこう振り返ります。

「山本さんの経験から生まれる、個々の小さな要望や改善点の情報」と、全体をまとめる大きな意志をうまく商品に落とし込む作業をしました。加工現場が福井にあるため、設計している私に直接ではなく、山本さん経由で連絡が入るので、進捗がスムーズに行きにくいところが苦労した点でしたね」

完成した点滴スタンド『feel』は、北欧家具を思わせるメーブル材をメインに、患者のメンタルケアとプライバシー保護を実現するカラフ

タを手伝ってくれた主人の協力や、理解を示してくれた子供には本当に感謝しています」

2006年、山本氏は株式会社メディデア医療デザイン研究所を設立。同社が発売した『きるる』は雑誌のノベルティで話題になり、通販を中心に大ヒット。翌年、『グッドデザイン賞』を受賞しました。

患者も看護師も幸せになるという、ものづくりの発想

学生時代からデザインに興味があったという山本氏。『きるる』発売後、改めてふくい産業支援センターデザイン振興部の『福井デザインアカデミー』(※)のセミナーを受講し、講師だった村田智明氏と出会います。

※福井デザインアカデミー：デザインマネジメントができる人材を養成するため、商品開発プロセス全般をワークショップ形式の演習を交えて学ぶ講座。

そして、セミナー受講から約1年後、『きるる』に続く商品開発を思索していた山本氏

ルなキッズボードを設置。さらに、患者と介助者が一緒に持つて歩きやすい木製の『全方位ハンドル』を取り付けました。医療現場で使われている『feel』は、大手医療機器メーカーとのコラボにも発展。同社協力のもと開発された新しい点滴スタンドも村田氏のデザイン協力で『グッドデザイン賞』『iFデザイン賞2014』(ドイツ)『ユニバーサルデザイン賞2014』(ドイツ)を受賞し、活躍の場が広がりました。3冠は日本の企業で初めてだそうです。

「患者と看護師を観察してきた山本さんの経験の蓄積は、メーカーのノウハウより説得力があります。病院の負のイメージをデザインで解決する作業を、今後も続けていきたいですね」と語る村田氏。山本氏も「現場のほしいものと企業のつくるもの。そのズレを埋めることが、私にできること」と高い志を抱いています。看護のプロとプロダクトデザインのプロのリリースセッションが、機能重視だった医療分野に新たな命を吹き込んでいます。



医療用テープカッター『きるる』。ケースは、開閉とテープの切断を看護師が片手で使いこなせるデザインとしています。また、カッター素材は金属ではなく病院の薬剤で消毒できる樹脂を選んでいます。

デザイナー 村田智明氏
 (株式会社ハーズ実験デザイン研究所 代表取締役)

「山本さんと話すうちに、新しい点滴スタンドの使用シーンが可視化されました。ただ、部分ごとのソリューションが正しくても、ディテールや素材の方向性が異なると全体的に陳腐なものになる。外国語を混ぜると会話が成立しないように、点滴棒のそれぞれのパーツのデザインテイストをひとつの言語のように揃える作業に時間を費やしました」





デザイナー 平田 喜大氏
(エルゴデザインスタジオ代表)

「東工シャッターさんは真面目な造り込みや独自性の感じられる機構など、大きな潜在能力を持ったメーカーです。今後は、想定シーンと商品のマッチングを図ったシリーズや、コストパフォーマンスや施工性に特化しているシリーズなど、もっと明確な色付けをしていかれてはと感じています」



ユーザーやシーンを想像し デザインの視点を加えた商品開発

東工シャッター株式会社

アルミ建材商品の開発、設計、製造、販売を手がける東工シャッター株式会社。昨年、ふくい産業支援センターの『デザイナー派遣』制度を活用してプロダクトデザイナーである平田喜大氏のサポートを受け、ショッピングセンターや駅ビルなどで使われる屋内用のコンパクトな横開きシャッター『スクエアスリム』を開発しました。デザインの視点を取り入れたものづくりの経緯を、開発に携わった大塚昭栄氏と山崎博幸氏に伺いました。

「スクエアスリム」は、幅7mの開口でも折り畳み時の幅が約66cmと省スペースを実現。平田氏からは、パネル部分にカラフルなラインを入れるアイデアも飛び出した。

発メンバーに問い掛け、そのやり取りを繰り返してブラッシュアップしていききました。さらに、平田氏は商品パンフレットにも注目。設計士対象ではなく、同時に施主などのユーザーを大切にすることで、商品づくりや広報、営業に大きな変化をもたらせると指摘しました。そこで、平田氏が講師を務めている『福井デザインアカデミー』^(注)のセミナーに、開発メンバーの山崎氏が参加することに。商品パンフレットを自らのテーマとして持ち込み、見せ方、考え方を学びながら、最終的に設計者とユーザーの両方にわかりやすい商品パンフレットを実現しました。

プロトタイプを 完成させデザイナーに 意見を仰ぐ

折れ戸市場で国内トップシェアを誇る同社のシースルーシャッター『イスターカーテン』。しかし近年は、省スペースの点でライバル社に受注を奪われるケースが出ていました。営業からの強い要望で畳み幅を縮小した新商品開発に着手する際、代表取締役社長の佐々木知也氏が「外部の意見を聞いてデザインも見直すように」と指示。外部デザイナーによるアドバイスを求め、同社は『デザイナー派遣』を申し込み、プロダクトデザイナーの平田氏を紹介されたそうです。当時を振り返り、大塚氏はこう語ります。

「私たちは、ものづくりは得意です。畳む技術には独自のノウハウがあり、特許もある。でも、それだけでは、強度や性能だけを優先したのものになってしまふ。完成したプロトタイプを平田先生にお見せして、プロの視点でさまざまなアドバイスをいただきました。実は、同社が平田氏にデザインを依頼するのは2回目です。

独自の商品開発に つながる新しい視点と ネットワーク

※『福井デザインアカデミー』：3ページの注釈を参照。

平田氏から合計3回のサポートを受けて完成した『スクエアスリム』。折り畳み時の幅を同社従来品より30%削減し、細い縦框（建具の左右両側に取り付けてある縦の枠）が空間をスタイリッシュに見せるデザインに仕上がりました。さらに、棧の部分にシヨップカードを挟めるようにするなど、空間の有効活用も含めた提案も平田氏からアドバイスをいただきました。

「閉店後も営業ツールとして活用するという視点は、私たちにはまったく見えないものでしたね。縦框を細くし透明のパネル部分を広げたので、閉店後もディスプレイが見やすく宣伝効果も高い。パネル部分を使った広告展開の可能性も膨らみました」と、瞳を輝かせる大塚氏。山崎氏も、「新しい考え方をいただいたとき、すごく勉強になりました。セミナーでデザインの根本的なことを知ることができたし、い

す。「7年前、新商品の立ち上げにあたり、ふくい産業支援センターでデザイン振興部のカウンセリング事業で平田先生を紹介されました。今回もたまたま平田先生を紹介されたのですが、面識もあったので安心してお願いできました」

ソフト面での問題提起 と商品パンフレットの 改良

実際に同社を訪ねた平田氏は、プロトタイプを目にしてこう感じたと話します。

「数年前の開発時も同様ですが、加工技術や設計力での不安はありませんでした。ただし、ユーザーやシーンという、ソフト面での弱さを感じられた。例えば、シャッターを開閉する店員は女性も多く、指掛かりが浅い取手では力が入りにくくネイルも傷めてしまふ。また、扉を閉めたら何のお店かわからなくなるところも気になりました」

平田氏はスタイリングや設計に留まらず、そうしたヒトの問題を提起。「では、どうするべきだと思う？」と開

ろんな業界の方とのネットワークが広がりました」と手応えを語ります。

「今後はデザイン面も含め、当社でしかできない商品を作っていく」と。そう言う平田氏は、うなずき合う大塚氏と山崎氏。確かな技術力にデザインという視点をプラスすることで、ものづくりの可能性を大きく伸ばしています。



山崎氏が企画した商品パンフレット。折り畳みの動きを彷彿させる蛇腹式で、表裏で対象を設計者とユーザーに分け内容に変化をつけています。写真は表面でユーザー（施主）向け。裏面では、設計士向けに仕様や図面を掲載しています。さらに、QRコードで動画サイトに誘導する工夫も盛り込みました。



枠やパネルのカラーバリエーションを豊富にそろえ、使用シーンにマッチしたシャッターを提案しています。

東工シャッター株式会社

http://www.toko-ss.co.jp/
所在地：鯖江市熊田町1-100
電話：0778-62-1122
代表者：佐々木 知也 氏
資本金：9,800万円
従業員数：164人
事業内容：アルミ建材商品の開発、設計、生産、販売



建材開発グループ グループマネージャー 補佐 大塚 昭栄 氏 (右)
住宅・エクステリア開発グループ チーフ 山崎 博幸 氏 (左)



代表取締役 京野 尚美 氏

株式会社クナプラス
 http://knaplus.com/
 所在地：あわら市柿原63-85-1
 電話：0776-73-3997
 代表者：京野 尚美 氏
 資本金：200万円
 従業員数：3名
 事業内容：エコ商品の企画・製造・販売



〈エコ視点〉の自社商品が海外市場でも好評

株式会社クナプラス

一口にデザインといっても、意味するところは広範にわたります。見た目の美しさや機能性を追求する一方で、モノが存在すべき社会背景をデザインの要素として意識することもたいへん重要です。あわら市に拠点を置く株式会社クナプラスは、そうした〈多面的なデザインの視点〉による商品を送り出す企業の一つ。商品コンセプトである〈エコでファッションブル〉が生まれた経緯や現在販売中のアイテム、今後の見通しなどについて、代表取締役の京野尚美氏に伺いました。

共同開発の第2弾は「ポケットチーフ」。ペットボトルを再生利用した繊維で作りました。パッケージは、商品の特性がわかるような工夫を施しています。胸ポケット用のフラワーや、名刺・ペンなどの収納としての活用も提案しています。

どこの取り引きの足がかりと
 なりました。
 他方で、海外進出についても、長期的な販売戦略のもと実現に結びつけました。たとえば、バッグの色は日本の伝統色をもとにバリエーションを展開。素材や加工のクオリティはもとより、色づかいにも「メイドインジャパン」らしさを備えたことが欧州市場で評価され、日本国内のハイセンス市場への営業活動を有利に導いたのです。
 「国内外の展示会や見本市に出展してわかったのは、一過性ではいけないということ。最初の出展で『面白いね』次の出展で『また出ている

レジ袋有料化を機に商品開発がスタート

同社がデザインの視点を取り入れた商品開発に着手したのは2006年の春ごろ。契機となったのは、流通業界を中心に動き出した「レジ袋有料化」の動きでした。有料化に伴い生活者のエコ意識も高まり、自然素材を使ったエコバッグがしばしば話題にのぼるようになります。生活者の一人として京野氏は「消費者目線に立って『欲しい』と思えるものを、素直に作ろうと思った」のだそうです。

京野氏はそれ以前、ふくい産業支援センターデザイン振興部が主催する「デザインマネジメント研修」でデザインの本質について学んだ経験がありました。その一環として、イタリアマミラノにあるドムスアカデミー（デザイン大学院大学）への研修にも参加。デザインの重要性や「会社をデザインする」という意識を習得したことも、エコでファッションブルな商品をつくる大きなきっかけとなったのです。

ね」、3回目ようやく『この企業は信用できそうだ』と
 なって、会社やブランドの認知度向上につながることを実感しました」

ブランド第2弾となるポケットチーフ販売開始

さて、同社では先ごろ、第2弾の商品としてポケットチーフの販売を始めました。エコバッグが主に女性ターゲットの商品だとするならば、今度は主として男性向けの商品。クールビズやウォームビズが一般化したことを受け「ネクタイに替わるおしゃれアイテムを」と、企画がスタートしたのだそうです。

見せてくださったポケットチーフは2タイプ。計10色。プリーツ加工が施されておたり、そのまま胸ポケットにさしたり、花のようにふくらませたりといったアレンジを楽しめるようになっていきます。同時発表のショルダーバッグやバッグインバッグとともに、紳士雑貨やギフト、PRグッズとして販促活動を進める考えです。

継続的な展示会出展がブランド構築に必須

エコバッグのプロジェクトは、京野氏や同社の社内デザイナー、デザイン振興部の職員をメンバーにスタート。技術検証の面で県工業技術センターのサポートも受けながら、商品開発が進められていきました。

「試作段階から関わった協力業者の担当さんが、開発畑の方だったこともありがたかたかです。既成概念にとらわれず、さまざまなフィードバックをしてくださる。弊社のロゴに入っている「+a」という文字には、そうして支えてくださる方、購入くださるお客さまへの感謝を込めているんです」

2006年から約1年をかけて作り上げたエコバッグがお目見えしたのは、2007年に開かれたイベント「東京デザイナーズウィーク」。独自のプリーツ加工により、たたまなくても勝手に縮む▽植物由来で土に還る「ポリ乳酸繊維」を採用—といった特徴で好評を博し、百貨店や美術館、セレクトショップなど

現在、対外的な営業活動にかかることのできる人員は、実質1・5人。決して恵まれたプロモーション環境とはいえない中ですが、京野氏は「出展するたびに新規のお客さまが増える」ことを励みに、エコでファッションブルの軸をぶらすことなく、じつくりとブランドを育てたいとおっしゃいます。



共同開発の第1弾「エコバッグ」。ビニールのレジ袋にヒントを見出し、一般的なエコバッグで求められる折りたたみ作業の煩わしさを省きました。コンパクトでおしゃれなデザインに仕上げ、手さげ用、肩かけ用など、用途毎で商品揃えています。



従来からある同社製のバッグ。「ポケット」をウリに、「ポケットチーフ」と一緒に販売するようになりました。



パリの見本市「メゾン・エ・オブジェ」におけるクナプラスのブース。エコ商品ながらファッションブルである点に、海外のお客さまから支持を受けています。

お手本にしたい！
グッドデザイン in FUKU

グッドデザイン賞2013年度 受賞製品
県内受賞製品のうち3事例をデザイナーも併せて紹介

株式会社キッソオ
鯖江みみかき



長年培ったメガネの加工技術と素材を応用して、新しいアイテムへ展開するアイデアと、結果として完成した製品が、今までの耳かきという概念を超え、クオリティの高い、しゃれた日常使いの小物になっている。パッケージやビジュアルイメージのトータルなディレクションが優れている点も評価される。

◆デザイナー
有限会社セメントプロデュースデザイン

有限会社龍泉刃物
ステークナイフアシンメトリー-SK01



最高峰のシェフの依頼を受け、伝統工芸の職人が仕上げ、高い評価を得て商品化に進んだというストーリーのある商品。切れ味はもちろんのこと、プロダクトとしての完成度も高く、日本が誇る匠の技を現代の評価へと繋げた取り組みが評価される。

◆デザイナー
株式会社プレーン/渡辺 弘明

アイテック株式会社
メガネフレーム オーパス



現在の鯖江の卓越したメガネ製造技術を集約したような商品。ヒンジに着目して機能性とスタイリングを見直したプロセスはユニークで、オリジナリティある美しいフォルムデザインにまとまっている。一見個性的な印象であるが、実際にかけるとかける人を選ばないことも高評価に繋がった。

◆デザイナー
和多田 秀一

デザイン視点のアプローチを評価されたギフト・ショー(※) 出展製品
福井県ブースに出展したうち3事例を紹介

山久漆工株式会社
JAPAN Glass



硝子と木の接合技術を活用し、手にしたときの木と漆の温もり、高級感を楽しめる漆塗りシステムのワイングラス「JAPAN Glass」同社は漆器分野以外にも目を向け、デザイナーの起用も含め、新たな市場への挑戦も積極的に行っている。

I-STRIPE
IEZZA WATCH



漆器、眼鏡など鯖江市の5企業でつくる異業種グループ「I-STRIPE」は、同市の伝統織物「石田縞」をテーマにした商品を展開。鯖江の技術で、綿花を主原料としたアセテートセルロースを腕時計にした。

株式会社漆琳堂
aisomo cosomo



多様化してきた現代の食卓にカラフルな6色の展開で和食にも洋食にも合うPOPな漆器。100%本漆の持つ、豊かな色彩を楽しめる人気商品。伝統を守りつつ、新しい漆器のイメージをつくる。

※東京インターナショナル・ギフト・ショー2014春

デザイナー紹介



景山 直恵氏
(アーチザン&パートナーズ代表)

福井を拠点に、マーケティング、ブランディング、デザインからプロモーションまでトータルにコンサルティング。デザインセミナーの講師や企業への専門家派遣など幾多の案件を手掛ける。

デザイナーと
創る

このコーナーでは老舗和ろうそく店、株式会社小黒屋商店のアロマ和ろうそくが、デザイナーと共に生みだされるまでを通してデザイナーの仕事を紹介します。

01 仕事の依頼

仏具としての和ろうそくを現代のライフスタイルに合う商品にし、ストーリー性を重視したプロモーションまで。「クライアントの大阪専務は『十年売り続けられる商品に』というコンセプトをしっかりと持っておられました」

02 マーケティング

依頼から1ヶ月間マーケティングし、会社、和ろうそく、クライアントの想い、市場全体など、できる限りの情報を入手・整理。「当初『女性をターゲットに』というリクエストとは方向性が変わり『和モダンを好む男性』や『ホテルなどおもてなし産業』という新しい市場を投げかけました。クライアントは現場に近過ぎて市場のことが見えづらいものです。」

03 イメージに輪郭を

ぼんやりとしたイメージを具体的に固めていく工程。クライアントと完成形のビジョンを共有。「『香りは洋ろうそくに使用されるようなありふれたものでなく伝統を感じるものに』、『食事のシーンでの使用を考え、邪魔しない香りに』、『絶対に倒れない安全な形に』、『インパクトを持たせるため、越前和紙を巻いて』など提案しました」

04 カタチの検討

固まったイメージをいよいよ形に。和ろうそくを製造する際に使われる木型を、工業技術センターの3Dプリンターに切り替えて試作。角の面取りや全体のフォルムを詰めていく。「設計データを調整しながら何度も試作。ものづくりにこだわるが故の大切な作業でした」

05 完成とそれから

ロゴマークやパンフレット、パッケージといった商品のブランディングに関わるデザインで商品のブランド力を高める。「販路拡大のための展示会のブースもデザイン。商談後の売場の設定もアドバイスさせていただきました」



プロジェクトのまとめ役

クライアント、カメラマン、コピーライターなど一つのプロジェクトには多くの人が関わります。それらを上手くまとめるのもデザイナーの手腕。「この案件が効率良く進んだのは、まずはクライアントの理解。そしてFacebookグループの活用で情報や想いが共有できたこと。グッドデザイン賞のエントリーも実はFacebookで投げかけたことがきっかけとなり、結果的に受賞できたことが嬉しい」

初めての デザイナー活用FAQ



デザイナーに初めて依頼するときの“よくある疑問点”について、県内で活躍するデザイナーがお応えします。

デザイナーに 仕事を依頼する

Q 依頼する前に最低限、準備しておかなければならないことはありますか？

A 各デザイナーが□をそろえるのは、なぜデザイナーに頼むのか、何をしてほしいのかを明確にしてほしいということ。ただし、話を聞きながら一緒に整理していきましようというのもありのようです。

● まずは、相談からなので、明確な事業内容や要件整理

「現状をお聞きした上で、相応しい企画を提案します。」

● できてなくても大丈夫ですし、他のデザイナーにも相談されることも問題ありません。 (A氏)
● 予算やスケジュール管理など、プロジェクト進行がきちんとしてくれるかどうか。担当者へ決定権や責任がある事。 (B氏)
● 依頼する目的だけ明確であれば、何も準備するものはありません。 (G氏)
● クライアントの現状をお聞きした上で解決策を導き出し、相応しい企画を提案させていただきます。 (D氏)

(G氏)

● 提案依頼書を準備いただくことが望ましいです。作成することで問題の整理ができて、発注者とのコミュニケーションが円滑になります。A4一枚にまとめていただくだけでもOKです。 (D氏)

(D氏)

契約上の留意点

Q 契約の種類にはどんなものがありますか？契約書上の注意点はありますか？

A スポット的な契約、プロジ

(G氏)

● 相談料はいただいております。相談料のみの場合、解決策となるアイデアを明確に提案いたしませんので、正式に依頼を受けた時から費用をいただいております。 (G氏)

(G氏)

知的財産権に絡む トラブル防止策について

Q でき上がったデザインの権利について、トラブルになることはないの？

A 以下の回答にあるようなトラブルには気をつけなければなりません。デザインに関する「約束ごと」を両者でしっかり理解・共有しあうことがトラブル防止につながります。

● プロジェクトがなくなってしまうが、しばらくして、提案したデザインが一部無断使用されずに発売している(支払いを受けていません)という事例がありました。 (B氏)
● 作ったモノは作った人に著作権がありますので、お互いに著作物の取り決めが大

デザイナーから クライアント

● デザインを、カタチをつくるものとしてだけ意識するのではなく、物事の整理であったり、発展的なことを生み出す仕組みでもあったりすることをご理解頂きたいです。 (A氏)
● 疑問点等は、質問していただくのが一番です。 (A氏)

(H氏)

● デザインを、カタチをつくるものとしてだけ意識するのではなく、物事の整理であったり、発展的なことを生み出す仕組みでもあったりすることをご理解頂きたいです。 (A氏)

(A氏)

● デザインを、カタチをつくるものとしてだけ意識するのではなく、物事の整理であったり、発展的なことを生み出す仕組みでもあったりすることをご理解頂きたいです。 (A氏)

(A氏)

デザイン料について

Q 料金はどのくらい決まるのでしょうか？いくらが相場ですか？

A 約半数以上の回答が「明確な基準なし」というもの。内容と規模などクライアントと相談しながら決めていくデザイナーが多いようです。一方、制作物や工事費、人工などによる基本料金を定めているデザイナーもいらっしゃいます。

● 話し合いでお互いに予算を出し合うことが多いです。ゼロからはじめる仕事の場合、打合せから企画出し、アイデア、ラフ案、サムネール案、正式デザイン案、データ制作、出力、印刷と多岐に渡るため、この中からどこからどこが必要かを話し合いで決めます。 (F氏)

(F氏)

● (二社)日本グラフィックデザイナー協会(料金表やこれまでの経験、会社の規模などから判断してありますが、明確な基準はありません。 (B氏)

(B氏)

回答に 協力いただいた デザイナー

- A氏：建築デザイナー
- B氏：パッケージデザイナー
- C氏：プロダクトデザイナー
- D氏：ウェブデザイナー
- E氏：ブランディングデザイナー
- F・G・H氏：グラフィックデザイナー

相談料について

Q 相談にも料金がかかりますか？かかるとしたらいくらが相場？

A 相談自体に料金は発生しないという回答が大半。クライアントから提案や助言を求められた時(依頼を受けた時点)から料金が発生する場合があります。

● 最初のヒアリング自体にはかかりません。 (A氏)
● 相談料は基本的には考えていません。提案が必要な内容になった時は、商品企画開発またはコンセプト開発のご依頼ととらえ、その都度見積りします。 (B氏)

「いろいろなお話をさせていただく中にデザインの芽が隠れているもの。」 (F氏)

(F氏)

完成への道のり

商品はどのようなプロセスで完成されていくのか。企業によるアイデアの創出から新商品誕生までの開発ストーリーを紹介します。

越前和紙メモの商品化を機に 恐竜ビジネスに参入

若越印刷株式会社

恐竜との出会いで

新商品開発に希望がわく

同社が開発した商品は『ドキドキ発掘メモ』。三葉虫、アンモナイトなどの化石のシルエットを漉き込んだ6色の和紙を12層に重ねることで古生代から新生代までの地層を表現しています。更に各地層の中に隠れている6体の恐竜のシルエットの切抜きを立てることで恐竜が現れる仕組みも施されています。この恐竜メモは、2010年に自社ブランド『プレイオフ』を立ち上げ、事業ブランド戦略の一環として取り組み、完成しました。

楠氏によれば、かねてから越前和紙を使った商品開発に幾度も取り組んできたものの、和紙は表裏の差があり、

同社が作っている手帳やノートなどには使いづらく完成にまでは至らなかったそうです。

福井県の絶大な人気を誇る「恐竜」とのコラボが、文具として使用する場合の和紙のマイナスポイントをプラスに転じてくれたと楠氏は言います。



重ねた紙の側面に印刷できる技術は同社の強みです。

さまざまな計画変更を経て 完成度の高い商品を開発

「恐竜のシルエットは木型で抜く予定でしたが、細かな部分の再現性が悪いため、高精度のレーザーカット機を使う事にしました。当初は協力会社に委託していましたが、どうしても気に入るカットができず、結局、日本でも3機しかないイタリア製のレーザーカット機を導入し、自社で加工することにしました。慣れるまでは苦労しました」

また、和紙にマッチした適度な粘着性の糊を開発する必要もあり、検証を繰り返されるように、和紙を使った商品に初めて取り組む中で、「和紙との相性」に楠氏は頭を悩



常務取締役 楠和浩氏

ませてきたようです。思い描いていた構想を断念した話もお聞きしました。

「メモ側面に特殊印刷技術を使って地質年表を印刷する予定でしたが、何度も研究し試作を作っても仕上がりが良くない。くやしかったです。そこは断念し、表紙内側に印刷することで地質年表を表現しました」

打ち合わせや試作に時間を要したものとしては、恐竜のデザインも挙げられます。

「教材としても使えるくらいのメモに仕上げたい。そう思って、県立恐竜博物館にお願いして地層、化石、恐竜等すべての監修をしていただき

ました。当初、化石のシルエット等はずっと可愛らしいものだったので、博物館は本物志向。隅々までリアルな形状が求められ、可愛らしさ」と「本物」の加減をどうするか悩みましたね（笑）。でも、博物館の方の協力もあって、適度なバランスで落ち着きました」

和紙の漉きをお願いしました山田兄弟製紙（越前市）さんにも「化石のシルエットをやわらかくほかす感じで漉きあげて欲しい。」と無理をお願いしたのですが、イメージ通りに仕上げていただきました。

市場動向を把握するため、東京・大阪の展示会にも出展。

「恐竜ビジネス」を本格化 嶺北・嶺南一体で福井を PRしたい

バイヤーからは上々の評価を得ました。微調整や試作を繰り返して、2013年7月、恐竜博物館でテスト販売。その結果、予想を上回る売れ行きを見せました。

アップしていきたくいですね」

『プレイオフ』事業は2014年2月に株式会社プレイオフとして法人化。恐竜ビジネスは本格化したばかりです。今後のさらなる活躍に期待します。

若越印刷株式会社

http://www.jakuetsu-print.com/

所在地：敦賀市道口63-10-1

電話：0770-22-5600

代表者：徳本 泰弘 氏

資本金：1500万円

事業内容：各種印刷

従業員数：47名

プレイオフ：http://www.playoff-diary.com/



『ドキドキ発掘メモ』は300枚タイプと72枚タイプの2種類があります。商品化にあたっては、ふくい産業支援センターの「ふくいの逸品創造ファンド助成金」を活用しました。

現在、『ドキドキ発掘メモ』は恐竜博物館を中心に販売されており、一躍人気商品に。そして、次に挑戦したのは新たな恐竜商品。先般、県が発表した中野シロウデザイン製作の恐竜公式キャラクター「ジュラチック」を使った商品として、スマートフォンケースや割り箸、メモ帳など、48アイテムを完成し、2014年2月、恐竜博物館やふくい南青山291を中心に発売開始したところだ。

「恐竜も越前和紙も、福井県」の地域資源です。嶺南、嶺北の垣根をとりはらい県内企業が一体となって、福井県の知名度アップに取り組んでいく必要があると思っています。今後も一緒に取り組んで頂ける企業とはどんなタイ



県立恐竜博物館で販売中。子どもたちの注目の的。



中野シロウ氏制作の県の公式キャラクターを使った商品群。スマートフォンケース、割り箸、メモキューブ、ノートなど、アイテムを豊富に揃えました。

第1回 若手のチカラ。

このコーナーでは、若手のパワーでチャレンジを続ける会社を紹介。若い力から成長企業の元気の源を探ります。

株式会社ナチュラルスタイル

「地方からITで

社会を動かす」を実証

「独自アプリを世に」の
思いを抱き29歳で起業

松田氏が同社を立ち上げたのは29歳のとき。福井高専から福井大学工学部、同大学院を経て県内のITベンチャーにて実力を積んでの起業でした。「自分で作ったアプリを売りたいかった」というのが、独立の動機だったといいます。

「従業員は私1人。受託開発をやりつつ、ウェブサイトに構築するためのプログラマー向けアプリを一人で黙々と作り始めました」

作ったアプリをノートPCに入れ、かばん一つで売り込みに。関西方面で1日10社をまわる営業活動も行ないましたが、「ツールがニッチすぎてまったく売れませんでした（笑）」

同社にとって幸運だったのは、縁が縁を呼んでアパレル系ECサイト『ZOZOTOWN』の構築に関わるきっかけをつかめたこと。大手の人気サイトのサポートを受託することで経営基盤が安定し、設立時の願いである「自社アプリを売る」ための経営資源の確保が可能となったのでした。

会社のポリシーは
「ちゃんと作る」こと

転機が訪れたのは、アップルからiPadが発売された2010年の春。

「2008年」発売時にすぐ買ったiPhone3Gに比べ、格段にサクサク動くことに驚きました。すぐ、iPad対応のアプリを作り始め

ましたね」

3日ほどで完成したのは、大手玩具メーカー・タカラトミーの『せんせい』を模したお絵かきアプリ。松田氏によると、お絵かきアプリはプログラミングの練習に最適なのだとか。

「App Store（iPad公式のアプリ配布サイト）へ申請するにあたり、あまりに『せんせい』に似せてしまったので、タカラトミーさんの許可が必要だろうということになって。先方さんに連絡したら、タカラトミーの公式アプリとしてリリースしてはどうでしょう、と逆提案を受けました」

これを機にタカラトミーとの取り引きが始まり、スマートフォンやタブレット端末向けのアプリを次々とリリース



代表取締役 松田 優一氏

ス。中でも人気の『人生ゲーム』は、累計ダウンロード数130万件を記録するに至っています。

躍進を続ける背景を伺おうと、松田氏に会社のポリシーについて質問したところ、じっくり考えた末に「ちゃんと作る」という答えが返ってきました。

「ものをつくる会社にいるわけですからちゃんと作る」ことだけは譲れない。でも、それ以外のことはあまりうるさく言っているつもりはないです。作業の進捗確認も『できてる?』と声をかけるくらいですね」

人材の層に厚みを、
と教育分野にも意欲

人気サイトや大手企業との関わりが深くとも、企業活動の軸足はあくまでも福井。先ごろ、自身の住まいがある勝山市で開かれた『歳の市』では、スマートフォン向けのオリジナルゲームを1本1000円でブース販売し好評だった、とも。

「勝山で生まれ育った者として、歳の市での売り手が少なくなっていることに危機感を覚えて、自分が売り手にならないと、と考えたんです。歳の市は『何でも売っていい』

というのがルールなので、弊社のような企業でもお店を出せたわけです」

他方で、学生時代から本県IT業界の動向を見てきた1人として、急激にふくらむアプリ開発の需要に対する人材不足が課題とも指摘します。

「プログラミングだけでなく、コミュニケーションのスキルや物事に対するセンスの磨き上げなど、技術者が一人前になるには10年かかるかと思えます。今はあるかどうかわかりませんが、そろばんの授業くらいの知識でもいいので、小学生のうちからプログラミングの経験ができればいいですね」

その考えのもと取り組もうとしているのが、子ども向けプログラミングサークルの運営。「学校というほど堅苦しくなく、楽しみながらプログラミングできる場になれば。ものづくりへの情熱を、こんどはコミュニケーションに生かす意気込みを見せてくださいました。」



社内の開発風景。若い社員がアイデアを出し合ってアプリを開発していきます。松田氏の提案で、プログラミングやソフトウェア開発のセンスを磨くために、「ミニ四駆」競争を行うこともしばしばだとか。

株式会社ナチュラルスタイル
所在地：福井市和田東1-222 SYビルC
電話：0776-58-3380
代表者：松田 優一氏
資本金：1000万円
事業内容：ウェブサイト構築、スマートフォン用アプリ開発
従業員数：21名



『せんせい』（写真上）をきっかけにタカラトミーとのコラボが始まり、『人生ゲーム』（写真中）は110万ダウンロード、『黒ひげ危機一発』（写真下）シリーズは50万ダウンロードを超えました。

「地方の挑戦」

今号からの新企画「地方の挑戦」。全国の地方都市で活躍する企業のがんばる姿を紹介します。貴社の事業の新たなヒントに！



石川県 株式会社ヒロ

石川発の独自ブランドで勝負をかける



熟練した職人による確かな縫製技術に定評のある、薄手の布の縫製を得意としてきたヒロ。10年前から安価な労働力を強みとする中国へ仕事の流出が激しくなる。こうした現状を打破すべく同社は、培ってきた縫製技術を活かし、オリジナルの洋服を企画、製造、販売するアパレルメーカーへと転身しました。

オリジナル第1号として、襟や袖に能登で織られた二越ちりめんを縫い合わせた「DECO-T」を制作するも、最初は販売ルートの確保が障壁に。あるお土産屋さんとの出会いがきっかけとなり、今では首都圏でパートの催事での販売を中心に売り上げを伸ばしています。

所在地：金沢市西念3-31-23 代表者：大沼洋美
 電話番号：076-224-2550 設立：昭和49年4月
 事業内容：婦人服・子ども服の企画・製造・販売 従業員数：5名
 資本金：1,000万円

秋田県 秋田水産株式会社

固定概念のない柔軟な発想で後発のハンデを払拭



秋田水産が製氷業に進出した当時、東北のスーパーなどで販売される食用氷のシェアは国内大手が約8割を占めており、新規参入は容易ではありませんでした。しかし地道な営業が功を奏し、5年後には東北全域で一定のシェアを確保するまでになります。

平尾会長は言います。「自分は水については素人でした。ゆえに失敗もありましたが、逆に柔軟な考えで新しい発想の水作りができました。」一つの袋に大中小と粒のサイズの違う氷を詰めて歩留まりを高くすることで、コストを抑制するなど、柔軟な発想で事業に取り組んでいます。

所在地：にかほ市象潟町入湖の淵26-1 代表者：田口誠悦
 電話番号：0184-43-2102 設立：昭和54年
 事業内容：食用氷の製造・販売 従業員数：10名
 資本金：1,000万円

富山県 ユウ・アクアライフ

県内初！アクアリウムビジネスを創業



かつて富山と東京を行き来する営業マンであった同社の橋本代表は、東京の街中にある美しくディスプレイされたアクアリウム（水槽）が富山にはないことに気がつきます。そこにビジネスチャンスを感じた橋本氏は一念発起で創業。公的な補助、金融機関の融資を活かし創業5年間で事業が軌道に乗りつつあるようです。

次なる事業の展開として、独居高齢者宅に小型のアクアリウムを設置し、定期的なメンテナンス時に高齢者の様子の確認と会話を目的としたサービスを考えています。近い将来「富山県全体を癒しの空間にしよう」と奮闘中です。

所在地：富山市布瀬本町2-4-101 代表者：橋本勇一
 電話番号：076-423-7752 設立：平成20年9月
 事業内容：アクアリウムのレンタル・リース・販売等 従業員数：1名

岩手県 株式会社ハローワーク

「試練をチャンスに」食の成長分野へ積極展開



外食産業やコンビニ等で人気のカット野菜。同社は卸売市場で培った知識のもと、この分野にいち早く参入。素材調達から加工そして流通までの一貫体制を順次整え、東北6県のほか新潟までをカバーするまでになりました。

順調な展開を阻んだのが、あの大震災。沿岸部の工場が津波で崩壊します。それを機に事業拠点を移し、体制が変化したことを契機として、新工場では生産現場の意識改革を図ることができました。「高い生産ノウハウで、大手にはやれないことにも挑戦する」と錦山会長。そのしなやかな戦略が同社のさらなる拡大を予感させます。

所在地：奥州市水沢区卸町3-18 代表者：錦山 功
 電話番号：0197-47-5171 設立：平成元年11月
 事業内容：野菜・果物全般卸売、1次加工・2次加工 従業員数：117名（パート含）

出展
 ・公益財団法人石川県産業創出支援機構 情報誌ISICO vol.74 <http://www.isico.or.jp/>
 ・公益財団法人富山県新世紀産業機構 Web情報マガジンTONIO <http://www.tonio.or.jp/>
 ・公益財団法人あきた企業活性化センター 情報誌 ビックあきた vol.387 <http://www.bic-akita.or.jp/>
 ・公益財団法人いわて産業振興センター 広報誌 産業情報いわて vol.131 <http://www.jcho-iwate.or.jp/>

第6回 飛躍する経営者たち

福井県ゆかりのアグレッシブな経営者取材。企業を成長へと導く秘訣に迫ります。

山内 基史氏 ●株式会社山内スプリング製作所 代表取締役社長

バネの技術と経験を核に『おもしろ、おかしく』常にチャレンジ

繊維機械部品の製造会社として創業し、現在では各種スプリング製造、線材加工および薄板金属加工（プレス・レーザー）などを手掛ける山内スプリング製作所。得意の技術を磨きつつ、ものづくり企業とデザイナーが連携してつくるブランド「おいしいキッチン」に参加するなど、新しいチャレンジを続けています。3代目となる山内社長に、飛躍への秘訣についてお聞きしました。

株式会社山内スプリング製作所
<http://www.yamauchi-spring.com/>
 所在地：福井市成和2-406



技術と経験という
 当社の強みを活かした
 『ジグバネ』事業

当社の主力業務は、線材や板材を加工してつくるスプリングやバネの特性をもった部品の製造。その中でも特に力を入れてるのが『ジグバネ』で、バネの特性を活かしてつかんだり、はさんだりする治具※を当社はこう呼んでいます。「例えば、デジタルカメラのケースを塗装する場合、外側からつかむと跡が付いてしまう。そこで、内側からばねが開いて固定する治具を提案するのが当社の仕事」と山内社長は説明してくれました。

※加工や組立ての際、部品や工具の作業位置を指示・誘導するために用いる作業工具。

「家電製品などはライフサイクルがとて短くなつていて、加工を請け負う会社はメーカーから企画があがってくる、短期間で対応して納品しなければいけない。その限られた時間で効率良く加工できるよう、治具でサポートさせてもらっています。」

的か、正確に取りこぼしなくつかむにはどのような形状が良いか等、線材・板材双方を取り扱う当社の技術と経験に基づいた提案力が一番の強みです。

おもしろ、おかしく働くことが好循環を生む

2005年には「おいしいキッチン」プロジェクトに参加しました。福井のものづくり企業とデザイナーが連携して、キッチン回りの商品開発・製造・販売を行っていくというもので、当社はマドラーやまな板立て、箸置きなど最終商品の開発に初挑戦。学ぶものは多かったと言います。

「生む苦しみを味わいましたが、そのぶん、嫁に出す喜びも経験しました（笑）。社員も店頭で並ぶ商品を見て、ものづくりに自信がつかましたし、百貨店にはどうしたら置いてもらえるだろうかとか、マーケティングの視点を持つようになったことも大きな変化だったと思います。」

また、プロジェクトが注目されて工場見学が増えたのをきっかけに、製造現場の改革

にも着手。3S（整理・整頓・清掃）や改善活動をスタートしました。

「毎朝、全員で『おもしろ、おかしく、仕事をしましょう』と唱和しています。やりがいを持って仕事に向かえば、自ずと発想力や創造力が発揮されるもの。社員が発想力や創造力を膨らませて改善の仕掛けや、効率化の工夫にチャレンジする。これが次の提案力に繋がってさらに改善を重ねていく。そんなスパイラルアップの流れをつくりたいですね。」

プライベートでは、今年、ロングデイスタンスのトライアスロンに挑戦されるとのこと。東京マラソンや京都マラソンなど、各地のフルマラソンにも参加しているそうです。

「走るのには良いですよ。走る人に後ろ向きの人はいない。常に前向き。」

現在、医療機器分野への参入を進めるなど、常に前を向いて走り続ける山内社長です。

『ふくい逸品創造ファンド助成金』 利用者募集のお知らせ

募集期間▶平成26年5月12日(月)～平成26年6月30日(月)

当センターでは、地域資源（農林水産物、鉱工業品またはその技術、観光資源等）の特長を活かし、従来とは違った形で付加価値の高い商品やサービスを生み出す新たな取組みを支援する『ふくい逸品創造ファンド助成金』の事業計画を募集しています。

今年度から新たな支援メニューを追加しております。

助成期間 平成26年9月(交付決定日)～平成27年8月31日まで

事業概要 新商品開発・販路開拓を行うための以下の事業が対象

事業名および内容	助成率・助成限度額
④ 恐竜ブランドビジネス化支援事業 「恐竜」を活用した新商品・新サービスの開発から販路開拓までを支援	2/3以内・600万円
④ スポーツ・医療関連分野展開による新事業創出支援事業 福井の強みを活用してスポーツ・医療関連分野での顧客の獲得を目指す新商品・新サービスの開発から販路開拓までを支援	
④ 新たな土産品開発による『おもてなし』支援事業 福井の強みを活用して「おもてなし産業」への展開をはかるための新商品・新サービスの開発から販路開拓までを支援	
【地域資源を活用した新商品開発・販路開拓支援事業】 <ul style="list-style-type: none"> ● 一般・嶺南企業特別支援 福井の強みある資源を新たな発想で活用した新商品・新サービスの開発から販路開拓までを支援 	1/2以内 ・500万円 (販路開拓のみ200万円)
<ul style="list-style-type: none"> ● ふくいの産業遺産・手しごと承継事業 福井県が認定する「産業遺産」「手しごと」により、福井の強みを活用した新商品・新サービスの開発から販路開拓までの事業化に向けた取り組みを支援 	2/3以内・300万円
④ 事業承継支援 事業歴1年以上の中小企業者から、事業資産の譲渡等により事業基盤の全部または一部を承継する際に、福井の強みを活用した新商品・新サービスの開発から販路開拓までの事業化に向けた取り組みを支援	2/3以内・500万円
④ 海外展開支援 海外市場への進出を目指す際に、福井の強みを活用した新商品・新サービスの開発から販路開拓までの事業化に向けた取り組みを支援	
企業同士の「連携」による産地競争力強化モデル事業 福井県の地域資源である繊維・眼鏡・④伝統工芸・農商工の各産地の企業が連携して行う新商品の開発等に関わるモデル的取り組みおよび小規模企業の連携を支援	2/3以内・600万円 ※小規模企業連携のみ300万円

利用者募集にあわせて県内5ヵ所で事業説明会を開催しますので同封のチラシをご覧ください。

※詳しくは <http://www.fisc.jp> をご覧ください。

お問い合わせ先

ふるさと産業支援部

電話：0776-67-7406/FAX：0776-67-7429/E-mail：i-fund@fisc.jp



第1回 少し気になる日常風景



デザインは誰にでもできる

デザイン導入を試みる中小企業が増えてきているが、実際何をすればよいか悩んだり、デザイナーに丸投げするといったようなことがしばしば見受けられる。しかし、デザインは誰にでもできるのである。

とある会社の正面出入り口で、使っていないのぼりの土台にホウキがずっと差してあった。「毎朝使っているホウキを手近に片づけたい」そんな課題を過不足なく解決していて、佇まいもなんだかしっくりくる。これも一つの立派なデザインである。最初に土台の穴に気付いた人がニヤツとしながら差したんだろうか。などと想像しつつ、デザインは難しいようで日常生活の中でだれもが自然とやっている行為なんだと改めて感じた。

ちなみにこの会社の出入り口付近はとても綺麗であり、デザインの効果が十分に発揮されているようだ。

本誌「F-ACT(ファクト)」を活用して会社をPRしよう!

企業情報メール便

販路開拓のチャンス!
本誌にチラシを同封できます

本誌では、企業情報メール便(チラシ同封サービス)を毎号実施いたします。配送先は、県内事業所約2,200社です。この機会に、貴社の商品・サービスを幅広く紹介しませんか?



●料金

●次回実施号
VOL.7 6月25日発行予定
チラシ提出締切日: 6月20日(金)
チラシ2,200部をご提出
(持参または配送) ください。

同封するチラシ・パンフレットのサイズ	料金(税込)
A4判以下のチラシ	8,400円
A4判超~A3判以下のチラシ (二つ折にしてA4判以下のサイズにすること)	12,600円
A4判以下のパンフレット(10ページ程度まで) ※チラシ・パンフレット1種類当たり1回分の同封料金です。	16,800円

ご利用を検討の方は、事前に、電話または電子メールにてご連絡ください。

1号につき約10社まで受け付けます。

なお、申込状況および掲載内容によりお断りする場合があります。

お問い合わせ先 (公財)ふくい産業支援センター 総務部 F-ACT編集室
TEL: 0776-67-7414 e-mail: kouhou-g@fisc.jp

F-ACT 公式ホームページ & Facebookのご案内

本誌「F-ACT」を、インターネットを利用してお読みいただくことができます。

ホームページ

<http://www.fisc.jp/fact/>
トピックスや企業事例、特集記事など主要なコンテンツをコーナーに分けて掲載。また、pdf形式により印刷イメージで全誌面を読むことができます。

Facebook

<http://www.facebook.com/fiscfact>
Facebookでは、発行した号の企業事例や特集、シリーズ企画の内容について担当者がコメント。また、次号で事例を紹介する企業について、取材後に真っ先にレポートするなど、誌面に関する豆情報を投稿しています。



お問い合わせ先 (公財)ふくい産業支援センター 総務部 F-ACT編集室
TEL: 0776-67-7414 e-mail: kouhou-g@fisc.jp

お問い合わせは

fisc 公益財団法人 ふくい産業支援センター <http://www.fisc.jp/>
総務部 TEL:0776-67-7414/FAX:0776-67-7401/E-mail:kouhou-g@fisc.jp
〒910-0296 福井県坂井市丸岡町熊堂第3号7番地1-16 (福井県産業情報センタービル内)

皆様の声をお聞かせ下さい!

「〇〇が面白かった、ためになった」、「△△をもう少し□□にしたらどうか」、「●●のテーマについて紹介して欲しい」、「▲▲会社がやっている■について取り上げて欲しい」など、本誌を読んだ感想や、要望など、皆様のご意見をお待ちしております。

編集後記

新年度に入り最初のF-ACT、いかがでしたでしょうか?

デザイナーとの仕事を知っていただきたいという思いから今回の特集を組みましたが、取材を通してどの事例にも共通していると感じたのが、クライアント企業とデザイナーとがしっかりと、商品への想いと情報を共有していた、という点です。どの商品も、その共有がなければ今の形になっていなかったのではないかと思います。話し合いの中で課題が見えてきたり、新しいアイデアが生まれたり、と共有こそが良い商品を生み出すカギになっているように感じました。

また、広報の手段としての展示会の重要性も強く感じました。現に今回紹介した(株)クナプラスや(株)小大黒屋商店などは展示会に3回も出展しているほか、前者は海外の展示会でもブースを構えるほどです。回数を重ねる毎に来場者の認知度も高まり、その人たちが新たな気付きを得ることもあると言います。デザイナーの中には展示会に対する経験値やノウハウがある方もいらっしゃると思います。商品の製作以外の部分も相談の価値はありそうです。

今回の特集で、少しでもデザイナーを身近なものと感じていただき、ものづくりの上でのパートナーとして一度相談してみよう、と考えるきっかけとなれば幸いです。

新聞記事から集めた 県内企業の 新商品・新規事業

■収集期間: 平成26年2月1日~3月31日

■収集対象: 福井新聞、日刊県民福井、日本経済新聞、朝日新聞、毎日新聞、読売新聞

当支援センターが収集している新聞記事の中から、県内企業の新商品・新規事業に関する記事をピックアップしました。

【食料品・飲料】

自家製青大豆で作った豆乳を寒天で固めた、全国にも珍しい緑色の水ようかん「鱈沢水ようかん」を開発。	上江ファーム(坂井市)
美方高校の生徒が考案した焼き菓子「年縞スイーツ」を、官民が連携して商品化。水月湖(若狭町)の湖底に残る地層「年縞」のPRの一助に。	岡本善七製菓(若狭町)
製造販売している日本酒と酒かすの約40品目をすべてが、ユダヤ教の定めにとった飲食品であることを示す「コーシャー」認定を取得。今後、中東や、欧米富裕層に向けた出荷拡大を狙う。	加藤吉平商店(鯖江市)
県産食材を使った若狭牛ステーキ入りレトルトカレー「素敵なカレー」とカップ麺「若狭牛そば」の2種類が入った詰め合わせを企画。「ステキな後のそばにいたい」というメッセージを贈ってもらおうと、メッセージカード付きで販売。	JA福井県経済連(福井市)
大豆と玄米を原料とした加工食品「まるつきりお肉」の香港への輸出開始。日本政策金融公庫が農産物生産者を対象に2014年度から行う「トリアル輸出支援事業」利用の北陸初事例に。	マイセン(鯖江市)
ミニトマトの立体感や風味を維持したドライトマトの新商品「3Dドライトマト」を開発。静岡県の機械メーカーが特許を持つマイクロ波で温める技術を使って、トマト本来の形や色彩を一定程度保ったままの乾燥を実現。	ヤマグチ食品(美浜町)

【繊維/衣服】

ペットボトルを再利用した繊維でつくるポケットチーフを開発。従来の絹や麻製品より形を整えるのが簡単で、型崩れしにくいのが特徴。	クナプラス(あわら市) 福井県工業技術センター
広告専用の布として使用する、光源が透けにくい素材を開発。塩化ビニール製のフィルムが多い地下鉄などの広告向けに売り込む。	セーレン(福井市)
日本自動車連盟(JAF)と共同で、夜間の視認性を高める反射材入り糸を使ったカーディガンを開発。同社の反射材入り糸「リフレ」を活用。これを足掛かりに、高級アパレル衣料への反射材の活用を進める考え。	丸仁(福井市)

【金属/機械】

プラスチック製カップにフィルムを貼り密封する包装機「カップシーラー」を開発。果実を搾ったフレッシュジュースを販売する小規模飲食店などに売り込む。	AMC(福井市)
アルミ合金製のスマートフォン用プロテクターを開発。外側の4つの角を3方向から削り、輝きと高級感、軽量ながら重量感を演出する。	エイティーンズ電子工業(鯖江市)
県工業技術センターの炭素繊維複合材用ドリルの特許技術を基に、バリを発生させずに穴を開けられるドリルを開発。コスト削減と生産効率の向上がメリット。	ギケン(坂井市) 福井県工業技術センター
牛肉の乾燥熟成庫を国内で初めて開発。乾燥状態を庫内で維持するため、温度と湿度に合わせた適切な風を送り続ける点が特徴。	タニコーテック(大野市)

【眼鏡】

眼鏡生産に関する問い合わせがあった場合に、メーカーとのマッチングを図る一般社団法人めがねの窓口を設立。メーカーとのネットワークを広げ、マッチングの可能性を高めるのが狙い。	田中眼鏡、プロスジャパン、キッソオ(各鯖江市)
---	-------------------------

【その他の製造業】

建築現場などから出る木くずをリサイクルした木質ボードを製品化した。水田のあぜや公園の遊歩道に設置することで雑草の発生を抑え、自然分解して土に還る環境にやさしい商品。	角谷木材建設(あわら市)
福井県立恐竜博物館(勝山市)と連携し、恐竜をモチーフにした遊具を開発。滑り台や綱渡り、かくれんぼができる遊具を1頭の恐竜に見立てて組み合わせる。	ジャクエツ(敦賀市)
子供向け漆器ブランドとして「こわん」を立ち上げ。国産ケヤキを使用し、椀、小サイズの椀こぼる、箸の3種類を展開。子供の頃から本物に触れてもらい、大人になっても漆器を使ってもらえるようにするが狙い。	土直漆器(鯖江市)
地中で蓄えた熱を利用する融雪装置の新工法を開発。本格導入第1弾としてJR敦賀駅前広場に施工。	三谷セキサン(福井市)
住宅のフローリングに漆塗りを提案するDVDを作製、販売を開始。天然塗料でシックハウスの心配がない点のPRや、コスト高というイメージの払しょくを図る。	箕輪漆行(越前市)

【商業/サービス】

木造2階建てのモデルハウス4棟を整備した、同社初の住宅展示場「e-style高柳モデル」をオープン。子育て世代の獲得を狙う。	エーシン(福井市)
雑誌を買うと電子版を無料で閲覧できるサービスを、県内外11店舗で開始。全国版電子閲覧システム「空飛ぶ本棚」に北陸で初参加。	勝木書店(福井市)
車いす昇降リフトの販売、取り付け事業を開始。車体を改造せずに取り付けられ、リフトが不要になった場合は元の車両に復元できるのが特徴。	上口モータース商会(福井市)
越前和紙を使った全国初のボディジュエル(素肌に繰り返し貼って使えるシール感覚のアクセサリー)を開発。越前和紙を使うことで立体感が出て、挙式を控えた女性の手跡やあざなどを完全に覆う商品。	カローレ(越前市)
ベトナム人技術者の人材紹介を開始。企業からの求人に応じて、国営企業の人材やハノイ工科大学の学生を募集・紹介。初年度は北陸3県で150人の紹介が目標。	キャリアネットワーク(福井市)
福井、敦賀、武生、小浜、越前の各信用金庫が初の統一商品「しんきんの懸賞金付定期積立「ジュラチック」」を開発。県公式キャラクタージュラチックのPRに役。	福井県信用金庫協会(福井市)
坂井市北部丘陵地で薬草栽培に乗り出す。製薬会社との契約栽培の形を取り、5種類程度を栽培、全量を製薬会社に販売。	福井高速運輸(福井市)
アニメ映画「となりのトトロ」に登場するキャラクター「マックロクロスケ」のシールを開発。毛羽立つ和紙の風合いが、キャラクターにぴったりで、主婦を中心に人気。	やなせ和紙(越前市)
小麦の表皮部分「ふすま」を使ったラーメン「五目ふすまラーメン」を、健康志向やダイエットを意識する女性向け新メニューとして開発。	わらびグループ(福井市)

あなたの夢を応援します！

ふくしん

新事業（創業）

支援資金

福井信用金庫

《商品概要》

- ご利用いただける方

当金庫の営業地区内で新たな事業を6ヶ月以内に開始するか、または開始してから3年以内の法人または個人事業者
 運転資金、設備資金
- お使いみち
- ご融資限度額

500万円以内（設備資金は当該所要資金の100%まで）
- ご融資期間

運転資金（7年以内）、設備資金（10年以内）
- ご融資形式

証書貸付
- ご返済方法

毎月元金均等返済または毎月元金均等返済（元金据置2年以内）
- ご融資利率

2.925%
 変動金利（当金庫新長期プライムレートに連動する即時変動金利型）ご融資利率の見直し基準日は新長期プライムレートの変更日とし、前回基準日（借入後最初の変更の場合は借入日）における基準金利と変更日の基準金利の変動幅と同じ幅でご融資利率を変動します。
- 保証人

経営者以外の第三者保証人は原則として不要です。
 ・法人の場合・・・代表取締役
 ・個人事業者の場合・・・共同経営者の方は保証人となっていただきます。
 ※「経営者保証に関するガイドライン」（平成25年12月5日経営者保証に関するガイドライン研究会）に則り、誠実に対応するよう努めます。
- 担保
- 手数料

原則不要です。但し、申込内容により必要となる場合があります。
 ・契約締結時手数料 10,800円
 ・繰上完済および一部繰上返済 5,400円
 ・条件変更 32,400円
- その他

*お申込みに際しては、所定の審査をさせていただきます。結果によっては、ご希望に沿えない場合もございますので、あらかじめご了承下さい。
 *現在の融資利率やご返済の試算につきましては、当金庫の本支店までお問い合わせ下さい。

（平成26年4月1日現在）

店頭にて説明書をご用意しております。

