

売れる商品をめざす製品価値評価法

県内中小企業が、デザインを活用し商品開発するためのツールを開発しました。このツールにより、製品の価値を高めるデザイン開発がしやすくなりました。

要約

研究成果の概要

1. 背景・目的

本県中小企業の製品開発は、技術開発が中心となっており、生活者のニーズに合わせ、デザインを活用した商品開発への取組みが課題となっていました。そこで、デザイン活用ツール（V-cup※）の制作とその普及に取り組みました。

2. 内容

- 企業の製品開発を調査し、事例として製品価値評価法を活用し商品開発を行いました。（8件）
- 事例を参考にデザイン活用ツールとしてV-cup（製品価値の評価記入シート）を作成しました。

3. 活用等

- デザイン視点を取り入れ、企業シーズを活用した商品開発が実施しやすくなりました。
- V-cupによる、具体的な商品開発の支援を行っています。

※ V-cup : Value Creative up の略

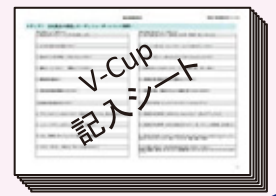
V-cup [製品価値を高める手法]

☆企業：
「売りたいモノ」



価値をチェック

V-cup記入シートで
製品の価値を評価構築
「デザイン企画立案」



デザインで変身

☆生活者：
「使いたいモノ」
（買いたいモノ）



図 V-cup活用の流れ



純米大吟醸 華一風 セイリングの雪人参ビーフシチュー

写真 V-cupを活用した商品

関連情報

- 2011年『県産品の価値を高めるデザイン手法の追求ー製品価値評価法を用いてー [純米大吟醸華一風]』でグッドデザイン賞（公益財団法人日本デザイン振興会）を受賞しました。
- 冊子「製品価値評価法 [V-cup] ってなに？」を作成し、V-cupの普及とデザインへの導入を目指します。

弘前地域研究所 生活デザイン部

Tel. 0172-32-1466

E-mail kou_hirosaki@aomori-itc.or.jp

Aomori Prefectural Industrial Technology Research Center
地方独立行政法人 青森県産業技術センター

