

# デザインマーケティングによる価値形成に関する研究

## －価値の見せ方、伝え方（第1報）－

### Study on value formation by design marketing

#### －How to show and convey value (1<sup>st</sup> Report)－

館山 大、工藤 洋司、小野 大輔、赤田 朝子

顧客が買いたいと思うような「価値情報（製品、作り手、事業プロセス）」を適切に伝えること（広報）は、「売れる商品作り」の必須要素である。「価値情報」は、「製品の情報（機能・性能、表情）」「作り手の情報（理念や実績、信頼）」「事業プロセス（開発～商品・販売に至る様々な物語）」等で構成される。特にモノづくり企業においては「技術や信頼」が重要な価値情報であり、これを消費者に分かり易く正しく伝える「科学コミュニケーション」は価値形成に有効である。そこで、青森産技の成果をサンプルとし、価値情報を整理し、効率的に発信する方法について検討・実証する。

内容は、大きく「伝え方」「見せ方」の2つに分類して実施する。「伝え方」として、これまでの青森産技内の事業 PR 事例を解析し効果的な PR 手法を検討する。「見せ方」としては、青森産技の「食」に関する研究成果を事例に WEB による情報発信を行い、検討を行う。

初年度はそれぞれ下記のような調査を実施した。

#### 【内容：R1 年度】

##### 「伝え方」

- ・青森産技の事業 PR 事例の調査、解析
- ・青森産技広報と企業広報との比較
- ・情報発信マニュアル及び広報する情報整理のためのシート案の作成



プロセス PR 手法の検討

##### 「見せ方」

- ・消費者が一番興味を示す「食」に関わる青森産技の成果調査・リスト化（約 80 品目）
- ・対象を一般消費者とした、成果の価値検討
- ・WEB で発信する成果の選択と WEB ページの試作

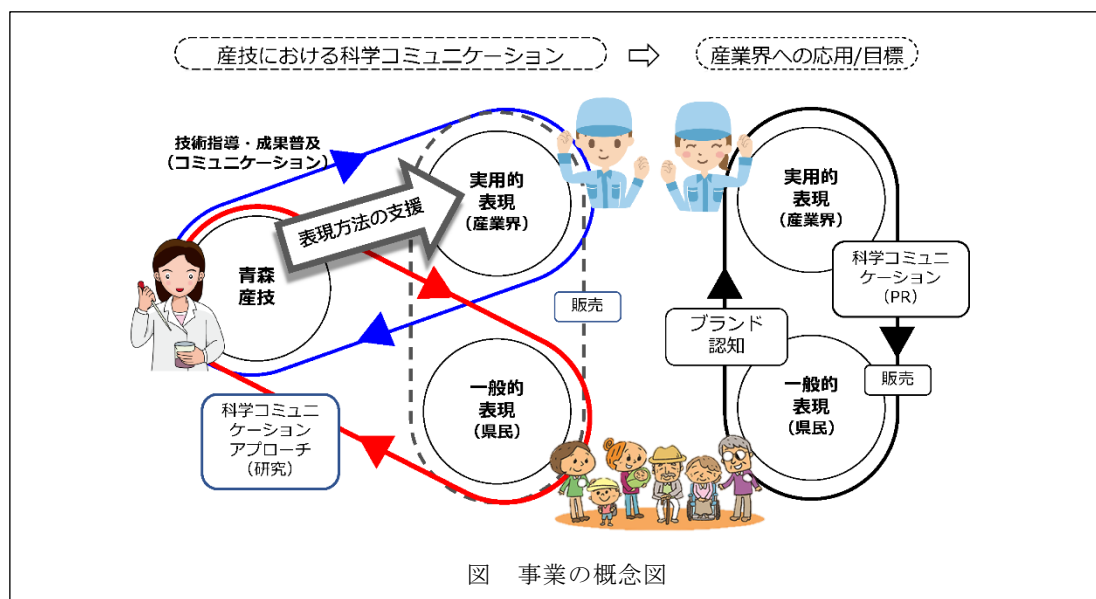


図 事業の概念図