

良いデザインを判断することはとても難しく、関係者を悩ませます。
そこで、商品企画を軸にデザインを評価・選択する手法を開発しました。

研究成果の概要

1 背景・目的

中小企業では、経営者層の合意形成の難しさから、デザインを開発しても活用に至らないケースが少なくありません。そこで、民間企業と「青森ビジネスデザイン活用研究会」を発足し、意見交換を実施しながら客観性のある「デザイン選択手法」の開発を進めました。

2 内容

デザインを的確に選択する手法を開発するため、以下の表のとおり調査研究を実施しました。

研究項目	実施内容
①商品企画の点検	商品企画V-Cup※1の実施
②マーケット調査	SNSによる市場調査
③情報を分析	Text Mining※2による市場分析
④デザイン仕様書作成	デザイン仕様書 項目の確定
⑤デザインの委託	仕様に基づくデザイン案
⑥デザイン案の評価	a.包装要素※3チェック b.視線測定による調査 c.SD法※4によるアンケート調査 d.デザイン案の選択
⑦デザイン案の評価結果まとめ	判断資料の提供



開発担当者・デザイナー
“良いデザインができた！”



どれが良いのか？
判断できない・・・



経営会議

なるほど
分った！

3 活用等

- 概要を『パッケージで伝える商品企画』として冊子にまとめ配布。
- デザイン相談会や講習会などで企業支援に活用中です。



関連情報

- ※1 V-Cupは、商品企画を支援するツール。2011年のグッドデザイン賞を受賞しました。
- ※2 SNSやアンケート回答など自由な文章をAI技術により有益な情報を採り出す技術です。
- ※3 ブランド・商品名・イメージ・内容・地域・製法/技法などの要素があります。
- ※4 商品やサービスなどに対する感情的なイメージを測定する方法です。

