2017年10月15日

作成:ULTRA Si 代表 山﨑一元

「デザイン思考」と「ものづくり」 実施例紹介

背景:

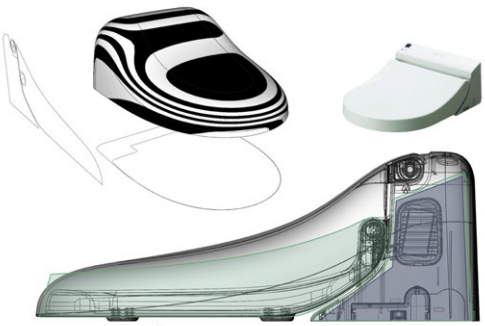
文部科学省 第4期 科学技術基本計画(H.23～27年度)にて、専門分野別の研究(論文・特許・ノウハ ウ)がそのままでは実際社会の課題解決に繋がっていないことが問題とされ、政策の大きな方向転換が提唱されました。課題を達成することに対 して"イノベーション"という表現を用いた「科学技術 によるイノベーションの実現」とその実現に必要な人材づくりのための「デザイン思考(Design Thinking)教育」が最重要項目として挙げられています。

産業界においても「ものの飽和状態」が続く中、作るだけでは成果(販売)に至らず、他より秀でた魅力や話題性を提供することが必須となり、その達成手段の一つとして「デザイン」が活用されるようになってまいりました。

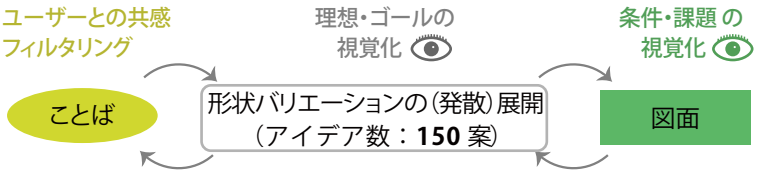
私個人、5年前であれば意識することの無かった「デザイン思考」という言葉でありますが、「多くのアイデアを出して"目から鱗"的な案を見つけること」と「スケッチや図面化、試作を繰り返して課題を掘り下げ、提案の質を高める作業」が弊社デザイン業務の二大柱であり、それらがデザイン思考の定義中「発散思考」と「収束思考」に対応するものであることに気付き正直驚いております。両者には「視覚(化)」というキー要素が介在しており、「イメージ的なものを先行させてアイデアやゴールを探す思考回路」と「絵が描ける(すぐに"見える化"できる)」能力はこの職種特有のものであると思います。また、同時にこれらは教育・経験を通して訓練・開発可能なものであるとも考えます。

デザイン思考実施例:ウォシュレット ヨーロッパ市場モデル

クライアント要望:
新規市場参入を象徴する「**見た目インパクト**」



Giovannoni Design 勤務時代 担当製品
(TOTO Europe 社より 2010年4月発売)



デザインの流れ

アイデアの発散を経て「角のない」「丸い」「有機的」な形状群の中に市場での新規性を見出した。そこに「Rest (room) 」の訳語である「憩い」という言葉を結びつけ、デザインコンセプトとして到達イメージのゴールに設定した。従来の構成では機器外観に露出していた上記のコンセプトに反する「機械的要素 (特に蓋ヒンジ) 」や「機能段差」を、「蓋ヒンジ位置の刷新」というアイデアによって解消。その結果、業界初といえる、製品全体が一体となった「滑らかで塊感のある」外観イメージを獲得した。さらに、ツルリとした衛生的な形状は、トイレ製品として高い評価を得る要因ともなった。

山﨑一元 紹介

略歴
- ・1994年 九州大学芸術工学部工業設計学科卒業
- ・1994年 株式会社 デンソー デザイン室 配属
- ・2000年～ 渡伊 Yamasaki Design Office 開始
- ・2003年～ Sebastian Bergne Design Office 勤務
- ・2007年～ Giovannoni Design 勤務
- ・2010年～ 帰国 ULTRA Si 開始
- ・2017年～ 金沢大学非常勤講師

講師歴
- ・2015年 3月 鉄工機電協会 デザイン経営セミナー
- ・2016年10月 金沢大学 VBL アントレプレナー学
- ・2017年 3月 金沢市中小企業デザイン人材育成事業
- ・2017年 4月 金沢大学 VBL アントレプレナー学

連絡先

ULTRA SI (ウルトラシー)
住所:〒921-8107 石川県金沢市野田 2-199
Eメール:info@ultra-si.com ホームページ:http://ultra-si.com