

# 大阪府 デザイン オープン・カレッジ

# 2016

## お申込み

次のいずれかの方法でお申し込みください。なお、お申し込み後、メール、ファックス等で受講票を送付しますので受講当日にお持ちください。(定員に達し次第締切ます)

**ホームページ** <http://www.pref.osaka.jp/mono/oidc/>

当センターホームページ内の「大阪府デザイン・オープン・カレッジ受講生募集のご案内」からお申し込みください。

**Eメール** [info@oidc.jp](mailto:info@oidc.jp) / **ファックス** (06) 6210-9505

受講されたいコース名、氏名、会社名、所属部署名、連絡先住所、電話番号、ファックス番号、メールアドレスをご記入のうえ、「オープン・カレッジ係」あて発信してください。

## 受講料

受講料(消費税込み)は各コースの受講当日、会場受付にて現金でお支払いください。(返金は出来ませんのでご了承ください)

## お問合せ

大阪府産業デザインセンター オープン・カレッジ係  
TEL (06) 6210-9491 FAX (06) 6210-9505

## フォーラム 愛されるデザインの秘密

# サントリーのエクスペリエンスデザイン

# 8月23日(火)

- 対 象 経営者、商品企画・デザイン担当、開発担当等
- 会 場 大阪産業創造館 4F イベントホール(大阪市中央区本町 1-4-5)
- 時 間 午後2時～午後4時
- 受講料 3,000 円
- 定 員 100 名

顧客が商品やサービスに出会ったときに体験する「心地よい印象」「見たことのない驚き」「知的な喜び」「絶対的な安心感」など、従来求められていた機能や利便性を超えた、包括的な価値の提供に社会や企業の関心が集まっています。

サントリーで 30 年以上に渡り、一貫して商品デザインやディレクションに携わってきた加藤芳夫氏が、BOSS、C.C. レモン、なっちゃん、DAKARA、伊右衛門など、誰もが知っている数々のヒット商品を生み出して続けてきた経験に基づくブランドの考え方、デザインへの落とし込み方、愛されるデザインの秘訣などを、トップクリエイターならではの視点でお伝えします。

サントリー食品インターナショナル株式会社 開発イノベーション推進部  
シニアスペシャリスト/クリエイティブディレクター

## 加藤 芳夫

1953 年、名古屋市生まれ。1979 年、愛知県立芸術大学デザイン専攻卒業、同年、サントリー株式会社デザイン室入社。1989 年ごろより飲料事業のアートディレクター、2002 年デザイン部長を経て、現職。主な開発ブランドに、鉄骨飲料、ボス、サントリー天然水、C・C レモン、デカピタ、ダカラ、なっちゃん、丸茶、伊右衛門、ペプシネックス、金麦、のんある気分など。1998 年から日本パッケージデザイン協会理事、2014 年より代表理事。1997 年から愛知県立芸術大学デザイン専攻非常勤講師。2003 年から東京藝術大学デザイン科非常勤講師。2008 年～多摩美術大学グラフィックデザイン科非常勤講師。2012 年にベントアワード名誉賞を受賞。



## 顧客視点の新製品やサービス開発のヒントが学べる

# 理想のユーザー体験を提供するデザインプロセス

# 8月4日(木)・5日(金)

- 対 象 商品企画・デザイン担当、開発担当等
- 会 場 マイドームおおさか4階 研修室(大阪市中央区本町橋 2-5)
- 時 間 午後2時～午後5時
- 受講料 8,000 円(2日間)
- 定 員 30 名

商品を購入する場合、顧客はどのように情報収集をしているのか?どのように購入の決断をしているのか?どのように購入後のアフターケアを受けているのか…。商品と顧客のタッチポイントを整理したうえで、あらゆる場面において顧客が同質の体験をしていることが理想的な顧客体験です。このカスタマーエクスペリエンス(CX=顧客体験)を軸としたデザインプロセスで重要なことは、顧客の行動を旅に見立てた「カスタマージャーニーマップ」を利用して、顧客が体験する価値を整理することです。本講座では「顧客が持っている隠れた期待と不安を把握し、デザインによって改善していくためのプロセス」について学びます。

株式会社ロフトワーク イノベーションメーカー

## 棚橋 弘季

芝浦工業大学卒業後、2004 年より株式会社ミズエーリンクスにて Web 戦略立案や人間中心設計によるコンサルティング業務に従事。2008 年からは仕事の対象を Web からプロダクト/サービスへとシフト。株式会社イードにてユーザーリサーチやインタラクションデザインに関するコンサルティングを経て、2009 年株式会社コプロシステムにて、クライアント企業のための新規商品/サービス開発支援業務や社内イノベーター育成のための教育プログラムの提供などを行う。2013 年ロフトワーク入社。サービスデザインの領域を中心に、クライアントのビジネス活動にイノベーションを実現するための支援業務を担当する。



顧客のニーズは「感じて」共に「創る」

## 生活者の「心」を動かす商品企画のコツ

9月9日(金)・16日(金)

- 対 象 経営者、商品企画・デザイン担当、開発担当等
- 会 場 マイドームおおさか4階 研修室(大阪市中央区本町橋 2-5)
- 時 間 午後2時～午後5時
- 受講料 8,000 円(2日間)
- 定 員 30 名



今や、生活者自身もニーズがわからない時代。だからこそ「生活者にとことん聞く」のではなく、「生活者と共にニーズを創造する」ことが必要です。そのためには、商品開発に携わるすべての人が、「調査」の枠を超えた「クリエイティブ活動」を行わなければなりません。具体的には、リサーチや分析スキルとは別の、「アンテナ力+共感力+価値引き出し力+結び付け力+遊び心(既成概念破壊力)」が重要となってきます。本ワークショップでは、生活者の持つ情緒的価値に着目するアイ・キューブが、15年間で積み重ねてきたノウハウの中から、これら、5つの力の身に付け方を伝授します。

株式会社アイ・キューブ 代表取締役

### 広野 郁子

神戸市生まれ。1986 年関西大学卒業、株式会社リクルート入社。新規事業の立ち上げや営業に携わる。リクルート退社後、消費生活アドバイザー資格取得。1997 年三菱電機入社。冷蔵庫・携帯電話のマーケティング・商品企画に携わる。冷蔵庫「切れちゃう冷凍」は日経ヒット商品賞金賞を受賞。2001 年アイ・キューブ設立。「マーケティングとデザインの融合」を掲げ、デザイン思考に基づくマーケティング、商品企画支援を行う。感度の高い女性モニター制度にもこだわり、生活者視点での価値創造に取り組む。関わった複数の商品が、全国の年間ヒット商品ベスト 10 に選ばれている。



AIoT(モノの人工知能化)時代のユーザー体験

## 人と家電の関係をデザインする

10月21日(金)・28日(金)

- 対 象 経営者、商品企画・デザイン担当、開発担当等
- 会 場 マイドームおおさか4階 研修室(大阪市中央区本町橋 2-5)
- 時 間 午後2時～午後5時
- 受講料 8,000 円(2日間)
- 定 員 30 名



シャープではモノのインターネット(IoT)をさらに進めた「AIoT(モノの人工知能化)」を掲げ、家電製品に、より愛着を持ってもらえるための「ココロプロジェクト」を進めています。AIoTでは、音声対話、センシング、人工知能(AI技術)、嗜好理解、クラウド等との連携によって、従来の家電ではできなかった、顧客の好みや振る舞いから学習する「人に寄り添うパートナー」となる家電製品の実現を目指しています。

本講座では、人と家電との新たな関係のあり方について考え、アイデア発想から提案までのデザインプロセスをワークショップ形式で体験します。

シャープ株式会社 ブランディングデザイン本部

デザイン開発センター UXデザインスタジオ デザインチームリーダー

### 中田 裕士

2005 年 早稲田大学大学院を首席修了。情報機器メーカーを経て 2011 年シャープに入社。以来、AQUOS スマートフォン、ロボホンなど通信システム関連の UX デザインに従事。担当製品にてグッドデザイン賞、iF DESIGN AWARD を受賞。またプライベートにおいてもアートユニット「電化美術」に所属し、制作活動を行っている。業務外での主な受賞歴として Prix Ars Electronica [the next idea] Honorary Mention、Mashup Awards インタラクティブデザイン部門賞など。



モノのサーフェイスが伝えるメッセージ

## CMFデザインによるイメージ共有と価値観の向上

11月17日(木)・18日(金)

- 対 象 商品企画・デザイン担当、開発担当等
- 会 場 マイドームおおさか4階 研修室(大阪市中央区本町橋 2-5)
- 時 間 17日: 午後2時～午後5時 18日: 午前10時～午後1時
- 受講料 8,000 円(2日間)
- 定 員 30 名



例えば、「私にピッタリの色!」、「手触りが良さそうだ」など、色や質感は、人の五感に直接的に働きかけ、商品を購入する際の決め手となります。どんなモノにも存在するサーフェイス(表面)は、3つの要素 COLOR(色)、MATERIAL(素材)、FINISH(仕上げ)で構成されており、CMFを的確に使えば、機能性やスタイル、美しさやグレード感など、商品コンセプトをそのモノ自身に語らせることができます。本講座では、講義と演習を通して、CMF デザインと「感性価値」の関係性について学び、CMFの可視化手法やイメージの共有化を体験します。

※CMFは株式会社 FEEL GOOD CREATION の登録商標です。

株式会社FEEL GOOD creation 代表取締役

クリエイティブディレクター/デザイナー

### 玉井 美由紀

1993年武蔵野美術大学工芸工業デザイン学科卒業。株式会社本田技術研究所四輪デザイン室に13年間勤務。2007年日本初CMFデザインを専門とする株式会社FEEL GOOD CREATION設立。2008年～2013年オートカラーアワード審査員、2016年グッドデザイン賞審査員就任。武蔵野美術大学デザイン情報学科非常勤講師、その他講演多数。自動車、家電、インテリアなど幅広い業界に向けCMFデザイン、コンサルティングなどを行う。2011年、素材や加工技術にCMFデザインの視点を加えた技術デザインで伝える「CMF DESIGN LINK」の活動で一年に一度「青フェス」という展示会を主催・運営している。

