

デザイン賞が企業を変える — 取引先が変わる、社内が変わる —

技術センターでは「ものづくり企業とデザインのマッチング」を目的に、京都ビジネス交流フェアの会場で毎年「KYOTO DESIGN WORK SHOW」を開催しています。デザインの導入や活用のきっかけにさせていただこうというのですが、併せて会期中にショートガイドンスも実施しています。テーマは「デザイン賞が企業を変える— 取引先が変わる、社内が変わる」と「デザイン導入の現場から— 初めてのデザイン、その成功のポイント」の二つ。今回は前者の要点をお伝えします。



デザインの本質を理解し経営の中核で活かす

デザイン賞は優れたデザインの証ですが、それは同時に当該企業がデザインの本質を理解され経営の中核で活かしておられることの現れでもあります。今回はGマークで知られるグッドデザイン賞とドイツのiF(アイエフ)デザインアワード、それぞれの概要と受賞された企業の声、そして近年受賞されている京都企業の例をいくつかご紹介いたします。

全体のイメージアップにつながった／自社や自社の製品を説明しやすくなった／取引先からの評価も高まった／じっくり製品を見ていただけるようになった／後継者や採用活動など人材確保の面でもプラスになっている など

受賞されている京都の企業

デザイン賞の受賞企業というと以前は島津製作所やオムロン、京セラなどの大企業がほとんどでしたが最近では、請負加工をメインにされている中小企業などの受賞も少しずつ増えてきています。会場に展示した京都の受賞企業の紹介パネルを一部掲載します。

グッドデザイン賞(ジーマーク)

日本を代表するデザイン賞。対象は製品だけにとどまらず、仕組みや取り組み、サービス、そして絵本やテレビ番組まで幅広い。応募にあたっては、誰のための何のデザインであるか、その目的や実現の方法、得られた効果、企画開発の理由、社会背景、市場動向、競合製品の有無、他の製品との差異などの記入が求められる。自社の製品をその開発コンセプトからあらためて見直すきっかけにもなる。2018年は4,789件の応募があり、1,353件が受賞。応募の締切は例年5月頃。



iFデザインアワード(アイエフ)

国際的に認知されているデザイン賞で、特に欧州を中心に新たな市場を獲得し、各種メディアからの注目を集めるためのマーケティングツールとしても有効。応募は英語であるが、製品概要の説明は600字以内(100単語程度)と限られており、また日本オフィスもあるので日本語で応募のアドバイスも受けられる。2018年は6,402件の応募があり、2,209件が受賞。うち日本企業の受賞は193件。応募の締切は例年10月頃。



受賞された企業の声

- ▼**応募のきっかけ:**イノベーションに対する社内の意識向上／自社の製品をもっと知ってもらいたい／いい製品と思うが外から見るとどうなのか知りたい／新たな売り先を開拓したい／社名や製品名の認知度を上げたい／予算を掛けずに思い切った宣伝をしたい など
- ▼**応募したことで:**自分たちの作る製品をあらためて見直すきっかけになった／自社製品をよく知らない人にどう説明したら分かってもらえるか考えることで自分たちを第三者の目で客観的に見ることができた など
- ▼**受賞したことで:**名だたる大企業と同じ土俵に立つような製品を自分たちは作っているんだと社員が自信と誇りを持つようになった／デザイン賞をとった製品を作っていますと言うと、多くの方が興味を示してくれる／自社の製品や取り組みに対して専門家からの第三者的評価を得られたことが大きい／製品だけでなく、会社



デザイン賞の応募説明会(4/22)を開催します

2019年度のグッドデザイン賞そしてiFデザインアワードの募集開始に伴い、今年もそれぞれの主催団体から講師をお招きしてその概要やポイント、応募することで得られる効果、受賞した際のメリットなどを解説いただけます。

日時 4月22日(月)13:00~17:00
会場 当センター5階 研修室
 1部:13:00~15:00 応募説明と質疑応答
 2部:15:00~17:00 個別相談(@15分×10社程度 要予約)