

公的機関が行うデザインコンサルティングの システム構築に関する研究

古 郷 彰 治^{*1}
松 尾 弘 美^{*2}
松 井 洋 泰^{*3}
福 岡 崇^{*3}

【要 旨】

公的なデザイン支援機関が、企業の様々なデザインの課題に対して的確で効果的なコンサルティングを行うために必要と考え得るツールやシステムの中から、特に需要の多いデザイン事務所紹介システムについて研究した。

研究の過程では、紹介システムのために必要なデータベースについて、そのあり方や必要となるデータ、また、データの収集方法について検討した。その結果、支援機関が持つデータベースそのものは非公開とすることでより有用なデータを収集できることや、デザイン事務所を紹介するときには必ずその企業に対して支援機関の専門スタッフがあらかじめコンサルティングを行うことが重要との結論を得た。

1 はじめに

デザインは重要な経営資産の一つであるが、客観的な評価基準が確立していないことから、中小企業の経営者にとっては費用対効果を計算しにくく、その導入に踏み切れない大きな原因となっている。当センターのような公的なデザイン支援機関が、企業の様々なデザインの課題に対して有効なコンサルティングを行うことができれば、企業のデザイン資産の形成・運用を支援することができるとともに、デザイン業界の振興にも繋がると考えられる。そこで本研究では、より有効なコンサルティングを行うためのシステムについて検討した。

*1 産業振興課 産業デザイン係 係長

*2 産業振興課 産業デザイン係 主事

(現 東府税事務所主査)

*3 産業振興課 産業デザイン係 技師

2 研究方法

2 - 1 デザインコンサルティングに必要な ツールとシステム

当センターでは企業から寄せられる様々なデザインの相談に応えているが、その対応については、スタッフ個人々々の資質や経験、それぞれのノウハウを基に行っているのが現状である。このそれぞれのノウハウを共有し、組織として対応できるようなシステムができれば、さらに有効なコンサルティングを行うことができる。そのためのツールとしてどのようなものが必要かを考えてみると、企業に対してデザイン全般への理解を促すようなテキストブックの作成や、企業からの相談を受ける際に使うヒアリングシートの作成、また、企業にデザイン事務所を紹介する際のシステムの構築といったことが挙げられる。その中で、今回は特に、当面需要の多いデザイン事務所紹介システムの構築について研究した。

2 - 2 デザイン事務所紹介システムの検討

2 - 2 - 1 デザイン事務所紹介システムに必要なデータベースのあり方

企業からのデザイン相談に対して、その課題解決に最も適したデザイン事務所を紹介するためには、デザイン事務所に関するデータベースを持っている必要がある。当センターで構築すべきデータベースを考えるに当たり、公的な機関が構築した既存のデザイン事務所に関するデータベースについて調べてみた。先駆的な取り組みとしては、昭和60年代の始めに（財）日本産業デザイン振興会が作成した『デザイナー情報カード』がある。これには、デザイン事務所ごとに手がけるデザイン分野や活動実績、開発事例の写真等がB5版1シートに記載されている。また、巻頭にはこのリストの中から企業の目的に合うデザイン事務所を検索する方法や活用マニュアルも付いている。現在、いくつかの公設試験研究機関やデザインセンターでデザイナーバンク等の名称で公開されているデザイナー情報は、これがコンピュータ上に置き換わったものと言える。そこで、実際にコンピュータ上にデータベースを構築しているデザインビジネスプロモーションセンター（（財）大阪デザインセンターが運営）を訪問し、それをデザイン相談やデザイン事務所を紹介する際にどのように活用しているかについて伺ったところ、データそのものはセンター内での閲覧にとどめ、相談に訪れた企業に対するデザインの導入や活用についての総合的な指導に注力しているようであった。

一方、後述するデザイン事務所への調査の中で聞かれた意見を拾ってみる。実際に初めてのクライアントはどんなルートでデザイン事務所を訪れるかについては、「紹介」が一番多く、たとえホームページを公開していたり、どこかの団体に人材リストとして登録していても、そういうデータだ

けを見て「飛び込み」で来るクライアントは少ないとのことであった。また、インターネット上に公開されているデザイナー情報についても、デザイン事務所を探している企業にとって本当に必要な情報が含まれているかどうかについては疑問視する声もあった。これらのことから、公開されているデータは、客観的で公平でなければならないことが、かえってデザイン事務所を選ぶ際には比較や判断の参考とはならないということが分かった。

2 - 2 - 2 データベースに必要なデータ

データベースにはどんなデータが必要かを考えるために、当センターに寄せられる相談の中からデザイン事務所を紹介しているケースについて確認してみた。様々な相談の中でも具体的なデザイン制作が必要な場合には、相談内容に適した複数のデザイン事務所を紹介することとしているが、その際の決め手となっているのは、産業デザイン系のスタッフが過去の経験等によって仕事内容や個性、デザインの傾向等を十分に把握できているデザイン事務所であるとともに、デザイン料や納期についても相談しやすく、相談してきた企業の期待に応えることができるということである。その判断は個人の経験と勘に頼っている部分が多くあるとはいえ、一方では最も実用的な方法である。このことから、現在、デザイン事務所を紹介する際の決め手としているこれらの内容は、今回構築しようとしているデータベースにとって不可欠であることが分かった。

2 - 2 - 3 データの収集方法

データの収集方法としては、デザイン事務所に対する調査を実施することが適当と考えられたため、その手法について検討した。調査の内容については、前項で確認したことを考慮するとともに

中小企業の経営者がデザインに関して「わかりにくい」と感じているところとして、次の項目に重点を置いた。

デザインする対象（グラフィックやプロダクトのようにデザイン分野ではなく、具体的な物（ポスター、家具等）として聞くとともに、最近の仕事例を見せてもらう）

商品開発の過程において関与できるところとデザインのプロセス

デザイン料の考え方

また、行政への要望やデザイン事務所が望む紹介システムのあり方についても聞くこととし、資料1のような調査票にまとめた。

調査方法については、事務的、機械的な調査票の送付による調査では、どうしても本来の姿よりも見映えの良い回答になりがちで本当に欲しい情報が得られないことと、デザイナーの人柄や事務

所全体の雰囲気も知りたかったため、事務所を訪問して直接話をしてみることが必要と考えた。また、調査結果は公開しないことを伝えて、できるだけデザイナーの本音を引き出すようにした。

この調査を第1期として実施する対象は、調査そのものの有効性の検証やデザイン事務所紹介システムについての検討、また、組織としての情報の共有を目指して、係のスタッフそれぞれが「紹介できるデザイン事務所」として把握しているところとした。さらに、その中からモデルケースとなりそうなデザイン事務所3カ所を選んで予備調査として実施し、その結果を踏まえて調査内容や方法を見直した。

調査内容に関する主な見直し点は表1のとおり。また、事務所を訪問する方法は好意的に受け止められたが、記録方法として調査の様子を録音してはどうかとの提案があり、その方向で再検討した。

表1 調査内容に関する主な見直し点

| 見直し前（資料1） | 見直し後（資料3） | 理由と見直しの視点 |
|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> 商品開発の過程の中ではどの部分の依頼が多いか、また得意な部分は企画 <ul style="list-style-type: none"> ・将来計画 ・プロジェクト推進 ・総合計画 体制整備 ・調査分析 ： | <ul style="list-style-type: none"> 商品の開発過程を例えば「企画立案」「調査検証」「制作」「販売計画」の段階に分けたとき、デザインの依頼はどの段階で受けることが多いですか。 商品開発のそれぞれの段階で具体的にはどのような関わり方をされていますか。 | <ul style="list-style-type: none"> 理由：デザイン事務所によって商品の開発過程の考え方が違うため、提示した過程に異論が出され、質問の趣旨に合う答えが得られなかった。また、デザインするためには全ての過程を考えて当然であるのに得意な部分を問うのはおかしいとの意見もあった。 視点：開発過程を簡潔に表現し、その過程ごとの具体的な仕事内容も併せて聞くことにした。 |
| <ul style="list-style-type: none"> 具体例を出しての見積（見積に含まれる料金の明細）（資料2） | <ul style="list-style-type: none"> デザイン依頼シミュレーションを実施（背景を詳細に設定したデザイン依頼のサンプルを作成） | <ul style="list-style-type: none"> 理由：具体例として示した内容（資料2）では見積額を求めるのは難しい印象を受けた。 視点：見積額を求めることよりも、デザイン事務所のクライアントへの対応を見ることに重点を置くことにした。 |

3 研究結果

3 - 1 デザイン事務所紹介システムに必要なデータベースのあり方

これまで検討してきた内容から考えると、データベースを公開することはあまりメリットがないことが分かる。それよりも、相談に訪れる企業が直面するデザインの導入や活用の問題の整理や指導を支援機関の専門スタッフが行う中で運用することが有効であり、このデータベースは、あくまでもデザイン事務所紹介システムを含めた企業へのデザインコンサルティングを行う上での有効なツールとして位置付けるべきである。

3 - 2 データベースに必要なデータとその収集方法

データベースに必要なデータとその収集方法の研究結果としては、デザイン事務所に対する調査の手法として次のようにまとめた。

調査内容については資料3のような調査票を、また、調査方法については、デザイン事務所を訪問しての聞き取り調査とデザイン依頼シミュレーションを行い、調査の様子をスタッフ全員で共有できるよう、撮影により記録することとした。なお、機材としては、相手に撮影されているという緊張感や圧迫感を抱かせないよう、小型で長時間の撮影が可能なデジタルビデオカメラを使用した。

この調査を第1期の調査対象の中から9カ所のデザイン事務所に対して実施した結果、デザイン事務所紹介システムに必要なデータの収集方法として適切であることが検証できた。

特に次の点については、デザイン事務所をよく知るという目的において有効であることが分かった。

聞き取り調査の5「商品開発のそれぞれの段階で具体的にはどのような関わり方をされていますか。」

この質問により、デザイン事務所の具体的な仕事内容やデザインを依頼されてから仕上げていくまでのプロセスを聞くことができた。

聞き取り調査の7「デザイン料は何を基準に算定されていますか。」

一般的にデザイン料は標準化されていないために、企業が社外のデザイン事務所を活用する際に不安に思うところであるが、この質問によってデザイン料に対する考え方を聞くことができた。

デザイン依頼シミュレーションの実施

ここでは実際のデザイン依頼の際に、デザイン事務所がクライアントにどのように対応し、デザインワークに入る前にどんなことを確認しているのかが分かるとともに、見積書だけでなくデザインプロセスの分かる工程表の提出があるなど大変有意義であった。

撮影による記録

調査の様子を撮影したことについては、デザイナーの表情や話し方、社内の雰囲気など、文字にした記録では分からないことも含めて、支援機関のスタッフ全員が情報を共有するという点で、とても良い方法であることを確認した。

ただし、今回調査した9カ所のデザイン事務所は、ほとんどが元々調査の有効性を検証する目的も含めて選んだ第1期の調査対象に挙げていたところであったため、調査に対して協力的であり、それによって調査自体をうまく進めることができたという部分もある。今後は対象を広げ、調査の内容や方法等を更に検討していくとともに、紹介できるデザイン事務所の件数を増やしていくことが必要である。また、常に新鮮な情報に更新していくためには、2～3年サイクルでの再調査が必

要と考える。

3 - 3 デザイン事務所紹介システムの構築

以上のデータベースのあり方やデータベースに必要なデータ及びその収集方法についての検討の結果を踏まえて、デザイン事務所紹介システムについて考えてみる。まず、データベースだけを単体で公開しても、デザイン事務所を選ぶ際にはあまり参考にならないことは前述したとおりであるが、その支援機関がデザイン事務所に関する有用なデータを持っていることは広く周知すべきで、それによってデザイン事務所を必要とする企業からの相談を促すことができる。そして、相談に訪れた企業に対してデザイン事務所を紹介するときには、必ずその企業に対して支援機関の専門スタッフがあらかじめコンサルティングを行うことが重要との結論を得た。

4 今後について

今回は、デザインコンサルティングシステムの中でも特にデザイン事務所紹介システムに絞って研究したが、今後は、より効果的にコンサルティングしていくために必要として挙げたヒアリングシートの作成や、テキストブックの作成にも取り組んでいきたいと考える。

5 謝 辞

本研究を進めるにあたり、調査にご協力いただきましたデザイン事務所及びデザインビジネスプロモーションセンターのみなさまに深く感謝いたします。

資料1 最初にまとめた調査票

聞き取り調査の内容

[事業所名]

[代表者名]

[所在地]

[連絡先](TEL) (FAX) (E-mail)

[ホームページ]

[所属団体]

[企業理念、PR]

[何をデザインすることが多いか]

[商品開発の過程の中ではどの部分の依頼が多いか、また得意な部分は]

- | | |
|-------|---------------------------------------|
| 企 画 | ・ 将来計画 ・ プロジェクト ・ 総合計画 |
| 体制整備 | ・ 調査分析 ・ コンセプトデザイン ・ イメージ表現 |
| 設計試作 | ・ 機能と形態の調和 ・ デザイン図面 ・ 諸権利の申請 |
| 生 産 | ・ デザインモデル製作 ・ モニター調査 ・ 製品の表情づくり |
| 商 品 化 | ・ 製品図面 ・ 販売促進計画 ・ ネーミング、ロゴ |
| 販 売 | ・ 包装デザイン ・ 展示、ディスプレイ |

[最近の仕事例]

[料金の決め方]

[具体例を出しての見積(見積に含まれている料金の明細)] 資料2

[通常の契約として多い形態は、また希望する契約形態は]

[専属契約しているところがあれば]

[今までの失敗事例と理由]

[日々の仕事の中で困っていること]

[行政機関に対する要望]

[デザイナー紹介システムがあれば協力できるか、また、どんなシステムを希望するか]

商品開発の過程は大阪府立産業デザイン研究センター発行の「デザインが少しわかる本(行政編)」より抜粋

デザイン料の見積のための具体例

・プロダクト・インダストリアルデザイン

テレビ用リモコンのリニューアル(形状と色の変更)

最初に、レンダリング画等による候補案を3点以上制作及びプレゼンし、依頼者と内容及び詳細調整の後、最終案について詳細レンダリング、図面、モックアップ等を制作する。デザイン依頼から候補案制作までの納期は1ヶ月、最終案制作提出は3ヶ月後とする。

リモコンの主な仕様

材質：プラスチック(主にABS)

ボタン数：27個(現状に同じ)

送信：赤外線方式

電源：単四形2個

TV：15インチ小型テレビ用

リモコンの機能及びサイズは現状品と同程度。内部基盤とボタン配置は現状の物を使用。基本的な仕様は上記の通りですが、デザイナーからの形状やボタンの配置の変更等、新たな内部基盤を必用とする提案は、本件付随の参考事例としますので、本件とは分けて別途費用の見積をした上で提案してください。

次の3例についてもほぼ同様の記載方法で具体例を作成した。

・パッケージデザイン

350ml飲料スチール缶のデザイン

・ビジュアル・グラフィックデザイン

V.I.(ロゴ・マーク)制作と関連印刷物

・ウェブデザイン

ホームページ

資料3 最終的にまとめた調査票

デザイン事業所調査

この度はデザイン事業所調査にご協力いただきましてありがとうございます。この調査は、企業におけるデザイン活用の促進やデザイン産業の振興等に役立てることを目的としています。調査の結果は内部資料としてのみ活用し、当所からクライアントを紹介する場合は、改めて相手方にお知らせしても良い内容について確認させていただきます。調査内容は以下のとおりです。なお、プロフィール等いただける資料がありましたらご用意願います。

月 日 () 午後 時に2名でお伺いします。よろしくお願いいたします。

(お問い合わせ)

京都府中小企業総合センター産業振興課 産業デザイン係

TEL 075-315-8636 E-mail : design@mtc.pref.kyoto.jp

【聞き取り調査】

当日お聞きしたい内容は次のとおりです。あらかじめご記入いただけるようでしたら、別紙の記入用紙をご利用下さい。

- 1 スタッフの構成について教えてください。(人数や年齢層等)
- 2 何をデザインすることが多いですか。
デザインしたものの写真等がありましたら見せてください。
- 3 どのところからの依頼が多いですか。(業種、企業の規模、地域について)
- 4 商品の開発過程をたとえば「企画立案」「調査検証」「制作」「販売計画」の段階に分けたとき、デザインの依頼はどの段階で受けることが多いですか。
- 5 商品開発のそれぞれの段階で具体的にはどのような関わり方をされていますか。
「企画立案」「調査検証」「制作」「販売計画」
- 6 契約はどのような方法でされていますか。(通常の契約として多い方法、今後希望する契約方法、専属契約しているところと契約方法)
- 7 デザイン料は何を基準に算定されていますか。
- 8 依頼者との関係でうまくいかなかった事例があれば教えてください。
- 9 日々の仕事の中で困っていることはありますか。
- 10 デザイン関連の団体や学会等で何か活動されていますか。
- 11 デザイナー紹介システムがあれば協力いただけますか。また、どんなシステムを希望されますか。
- 12 行政に対してはどのような要望をお持ちですか。

【デザイン依頼シミュレーション】

当日、私たちがクライアントになったつもりでデザインの依頼をします。(サンプルとして下の4種類を用意していますのでいずれかをお選び下さい。)それに対して、クライアントとどのようなお話をされるのか等、普段通りの対応をしていただき、できましたらデザイン料の概算見積もりもお願いします。

- ・グラフィックデザイン：互助年金加入者のための法律・税務相談事業のチラシ制作
- ・パッケージデザイン：黒豆乳のパッケージデザイン
- ・プロダクトデザイン：歯科用X線装置のデザイン
- ・ウェブデザイン：小規模家具工房のPRと販売促進のためのホームページ制作