

# ONE STEP REPORT

2012年度 静岡県作業所連合会・わ 主催  
授産製品デザインクリニック  
「ONE STEP PROJECT」開催報告書

Vol.1

「いいデザインって何だろう？」

# ONE STEP PROJECT って何？

What is ONE STEP PROJECT ?



## 授産製品のデザイン向上を目指して。

ONE STEP PROJECT は、静岡県内 152 箇所の作業所が加盟する「静岡県作業所連合会・わ」主催、デザインドゥタンク「TAKT PROJECT」が活動の企画・運営を行う、授産製品開発の活性化を目的とした活動です。

ONE STEP PROJECT にとって、2012 年度は活動初年度です。「デザインクリニック」と題し、日頃から各作業所からも相談の声が多い、「デザイン」をテーマにしました。「デザインが大事という話はよく聞けど、何をどう変えるとデザインが良くなるの？」こんな声が数多く聞こえてきます。そもそも、「いいデザイン」ってなんですか？「いいデザインを目指すには「いいデザイン」とはどういう事かを考える必要があります。デザインクリニックでは、このような問題意識をベースに、デザイナーと直接対話する機会を提供し、日頃から抱える自施設製品のデザインに対する悩みを解決するきっかけとなることを目指しました。静岡県を、東部、中部、西部の 3 地域にわけ、各会場 2 部構成、計 6 回の活動による参加型ワークショップです。

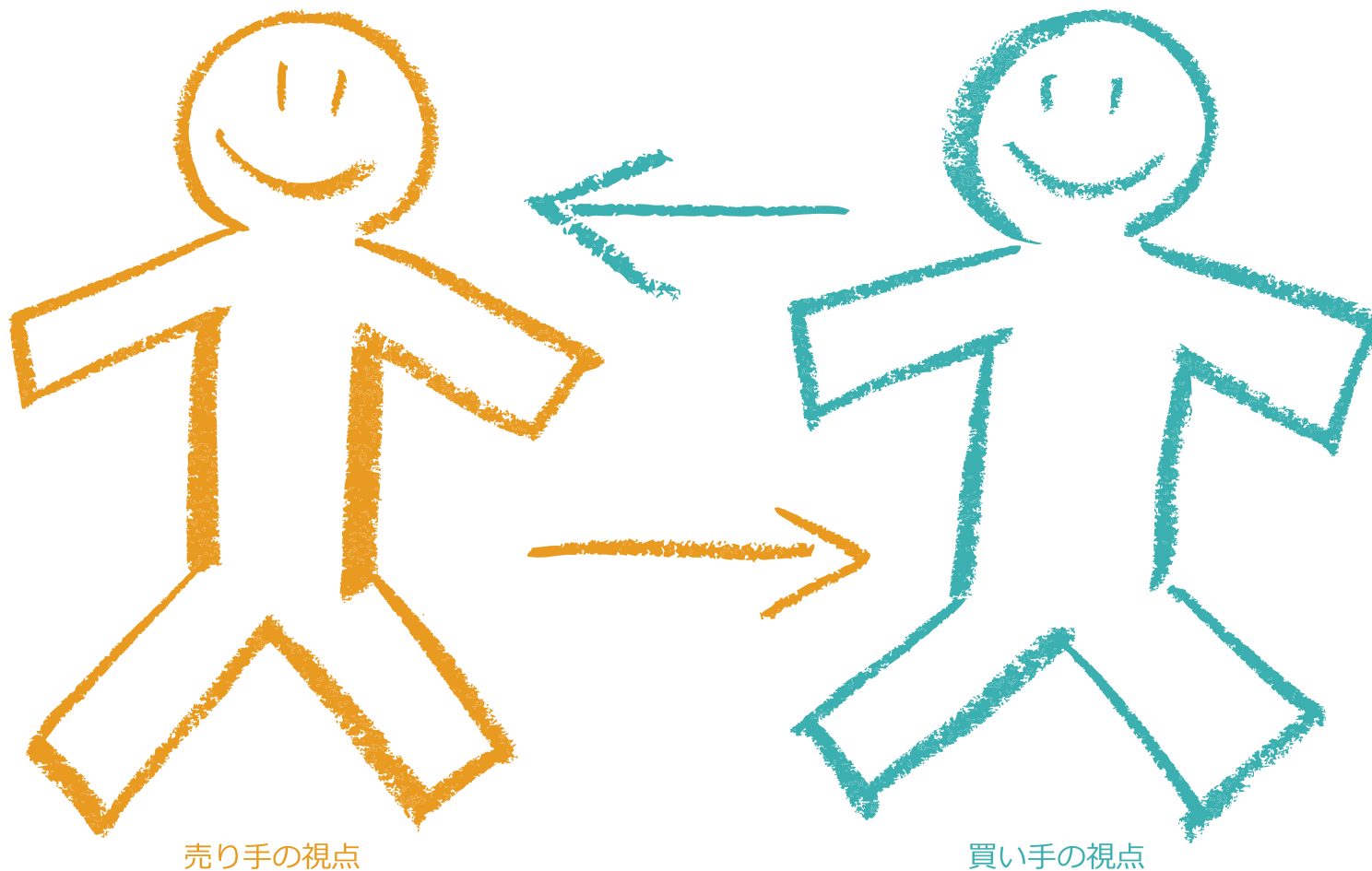
←写真は中部地区の皆さんとワークショップ終了後に撮影した集合写真。中部地区では 13 施設から 16 名の職員の方が参加して下さいました。

# 欲しくなるデザインは何が違う？

What is good design ?

## 売り手視点と買い手視点の両方で考えてみる。

「作る側」には、作るうえで色々な障害があります。とりわけ、障害を持った人が製造を行っている授産製品では、その内容も多岐にわたります。「作れるものがこれしかないの。」「材料がこれしか揃わないの。」「他にいいアイデアが思いつかないの。」そういった「・・・の。」の部分は作り手側には「しょうがない」部分としてしばしば置き去りにされる問題点かもしれません。しかし、ひとたび「買い手」側の視線に移ってみると、「しょうがない」の部分は、残念ながらその商品を選ぶうえでのマイナス要素でしかありません。「作り手」が、「買い手」側の目線で自分の製品を冷静に分析してみる事は案外難しいものです。参加者の皆さんは、「作り手」ですが、一方、もちろん、色々な商品を購入している「買い手」でもあります。その「買い手」である自分の視点を意識的に分析し、同じ目線でもう一度自施設製品を評価してみる。この両方の目、「作り手」目線と「買い手」目線の行き来から始め、自施設製品の問題を浮き彫りにしていきます。



←自分の中に同居する売り手の視点と買い手の視点。その二つの視点を意識し、その間を行き来しながら自施設の製品をもう一度見直していきます。

# まずは買い手の視点で考えてみる。

Think from buyer's point of view.

## Sheet A

← 買い手視点の分析

最近購入されたお気に入りのものについて教えてください

Q1

商品の購入動機を教えてください

Q2

どのような人が購入している商品だと思いますか？

Q3

他に候補がありましたか？  
ある場合、選ばなかった理由を教えてください

### 自分のお気に入りの製品を 持参し、分析する。

ファーストステップは、「買い手」目線からの分析です。参加者の皆さんは、最近購入したお気に入りの製品を持ち寄り、その製品について用意された分析シートの設問に回答していきます。分析シートには、3つの質問があります。「購入動機」「候補となった製品について」「どのような人が買っていきそうか」購入する時は、そこまで深く気にせずに購入しているかもしれませんが、しかし、このようにその時の気持ちを意識的に分析していく事で、「買い手」目線のポイントが見えてきます。

## 自分のお気に入り进行分析することからはじめましょう。



1. お気に入り进行分析した内容は、グループの中で発表していただきました。2. 持参していただいた製品は人それぞれ。様々な購入動機がありました。3. お気に入りのものを説明する皆さんのお顔は、イキイキしていたように思います。

1	2
---	---

3
---

4
---

5	6
---	---

4. 何故その製品を買ったのかを思い出しながら、各項目に記入していきます。5. それぞれに思い入れのあるモノを持参していただきました。6. その製品の、どの部分に魅力を感じたかを細かく説明していただきました。



# 売り手の視点で施設の商品を分析。

Think from seller's point of view.

## Sheet B

売り手視点の分析 →

自施設製品について教えてください。

Q1

商品のセールスポイントを教えてください。

Q2

どのような人が購入してくれると思いますか？

Q3

似たような商品が他にありますか？  
ある場合、自施設品と違う点を教えてください。

### 自施設の製品について、 同じ問いを立ててみる。

セカンドステップは、「売り手」目線の分析です。参加者の皆さんは、自施設製品を1点持ち寄り、その製品について、用意された分析シートの設問に回答していきます。「買い手」目線の分析シートと同じように、分析シートには、3つの質問があります。「セールスポイント」「似たような製品について」「どのような人が買いそうか」実はこの質問、「買いますか？」→「買ってほしいですか？」のように、「買い手」目線の設問が、送り手視点に変わっただけのものです。この両方の設問に答えていく事で、「売り手」目線と「買い手」目線の行き来を体験でき、自施設製品の問題をより具体的に感じる事が出来ます。

## 自分施設の商品をもう一度見つめ直してみましょう。



1. 焼き菓子を製造している施設の製品は、グループで試食しながら分析します。2. 皆さん順調に分析シートに書き込めているでしょうか。3. 製品のセールスポイントが何かを、グループの皆さんに対して説明していただけます。

1 2

3

4

5 6

4. 自施設の製品を改めて分析すると、意識していなかったことが見えてきます。5. 分析シートの内容を説明する TAKT PROJECT のメンバー。6. お気に入りの製品についてグループ内で発表してもらったように、自施設の製品についても発表していただきました。



## 商品の魅力をつくるポイント。

Point to create attractive products.

2つの視点から得られた  
気づきを3つのポイントに。

商品はプレゼントを届けるようなものだと思います。相手に喜んでもらえるように、プレゼントを贈る相手を思い浮かべ、その人が喜んでくれる物を、私らしくプレゼントしたいものです。もう少し一般化して書くと、次の3つのポイントに分解することが出来ます。

- ・プレゼントを贈る相手を思い浮かべる＝「ターゲット」
- ・その人が喜んでくれる物＝「価値」
- ・私らしくプレゼントしたい＝「唯一性」

この3つのポイントが揃っていると、相手もきっと喜んでくれるはずですが、いままでなんとなく感じていたこの3つのポイントを、「買い手」「売り手」両方の目線を行き来する事を通して、より意識的に理解する事が出来ます。





## Sheet D

デザインの役割



## 色や形を考える指針として常に意識すべきこと。

デザインとはなんでしょう？「デザインは色と形の事だよ。」これは半分正解ですが、半分不正解です。確かに、デザインは色と形を創りだします。しかし、その色と形にはしっかりと「目的」があります。デザインは、その「目的」を考えることから始まり、最終的な色と形でその目的を実現する事です。つまり、「目的」を達成する為の営みそのものがデザインなのです。魅力ある製品を創り出すうえで、3つのポイント「ターゲット」「価値」「唯一性」を意識する事を学びました。この3つを計画し、それを色形を伴った物として作り出していく必要があります。どんな色と形にすればいいか迷ったら、初めの目的に帰りましょう。そして、その目的が適切かどうか、常に検証していく事が必要です。



## 各施設の商品を診断します。

Let's diagnose a product.



### 商品の魅力を上げるための具体的なアドバイス。

ここまで、「作り手」目線と「買い手」目線の行き来を体験し、3つのポイント「ターゲット」「価値」「唯一性」をあぶりだしました。また、デザインの役割が、そういった目的を実現するための営みそのものであることを議論しました。そして、いよいよデザインクリニックという名称通り、参加施設の実際の商品のデザインについて、「TAKT PROJECT」がひとつずつ診断していきます。診断は、参加者の皆さんが製品について記入した「売り手」目線の分析シートを参照し、

- ・3つのポイント「ターゲット」「価値」「唯一性」がどれくらい明確になっているか？
- ・その目的が、製品として最終的な色・形として実現できているか？

を診断のポイントとします。診断は、評価を一番の目的としたものではありません。今後どういった事を改善していくと、より魅力的な製品になっていくかという、今後の処方を含めたアドバイスを重点に行いました。製品は、雑貨、服飾小物、食品パッケージなど、そのジャンルは多岐にわたります。

←TAKT PROJECTのメンバーが各施設の製品をひとつずつ診断し、製品をより魅力的にするアイデアで議論しながら診断書に書き込んでいきます。



# 3つの要素をもとに診断書を作成。

Make the medical certificate.

## デザインクリニック診断書

施設名: ありんこの星

製品名: 保護証ケース

参加者: 小林 太田

### Value

【商品が持つ価値】



### Only

【商品の唯一性】

### Target

【商品のお客様】



この容器は、保護証を収納するための容器として、見た目も可愛く、持ち運びやすいように設計されています。



このノートは、保護証の記録や、お客様のコメントを記入するためのノートとして、持ち運びやすいように設計されています。

### 総評:

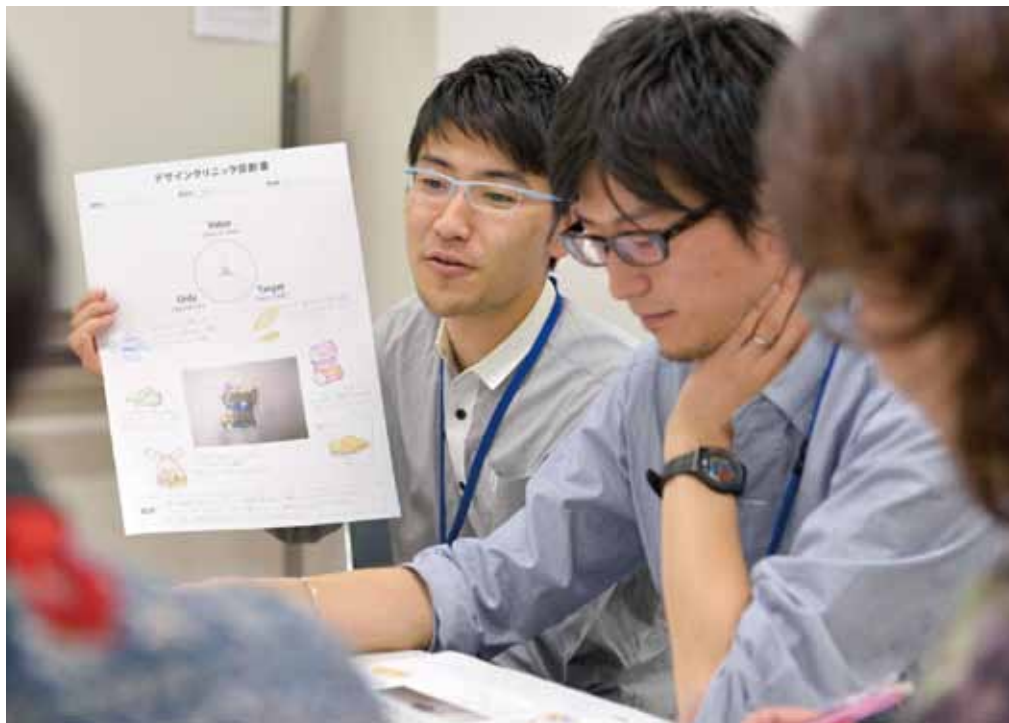
製品は使用されており、とても魅力的な商品だと思います。ただ、もう少し強固に作り、持ち運びやすいように設計されていると、さらに魅力的な商品になると思います。また、保護証の収納容器や、お客様のコメントを記入するためのノートも、ぜひ検討をお願いします。

現状の製品を3つの要素をもとに分析し、診断する。

デザイン診断後、診断結果を伝えるために診断シートを用います。ひと製品に対して1枚ずつ用意されます。診断シートは、2つの項目で出来ています。1つ目は、「3つのポイントをどれくらい強く意識できているか？」を正確かつ視覚的に伝える項目です。満点を10ポイントとし、3つのポイントそれぞれについて、評価、図示されています。今後の開発に生かせるよう、今現在のストロングポイント、ウィークポイントを正確に把握することが出来ます。2つめは、製品自体の色・形に対するアドバイスです。一つ目の項目で議論した目的に対して、うまく実現できている点、もう少し改良した方がよい点を「TAKT PROJECT」による手書きの図で提案します。

←用紙の中央に円グラフを配置して、3つのポイントを採点。その下に、具体的な改善アイデアを絵で表現したものを色鉛筆で描き、総評として手書きのコメントを書き入れて診断書とした。

## 製品の診断結果をお伝えします。



1. 診断結果を説明する TAKT PROJECT のメンバー。採点は辛口なのであしからず。2. 診断書に書き込まれた以外のアイデアについても議論し、魅力アップの方向性を探ります。3. 自施設の製品について、他施設の方からの意見を得られる場となりました。

1

2

3

4

5

6

4. すぐに改善出来る些細なアイデアから、今までに無かった発想まで、様々な意見が出されました。5. ワークショップの流れを説明する TAKT PROJECT のメンバー 6. この商品をより魅力的にするには、どのような改善をすればよいでしょうか。



# 素敵な改善結果が報告されました。

Good improvement.



## ふじひろみ 鈴木裕香さんからの報告

東部地区

下請けの作業が多いため、時間を見つけて作成している自主製品です。豚シリーズについては細かいパーツを切ること、ボンドの乾燥まで時間がかかることのデメリットに加え売り上げも少なく残念でした。デザインクリニックに参加して「丸」の形がいいとのアドバイスを頂き、豚シリーズの枠をはずし、今の新しい製品ができました。時間の短縮や、今まで利用者が編み溜めた毛糸が無駄にならず、メリットができました。売り上げも以前の製品より好調です。新しい製品が、ベビー用品を扱う雑貨店に置かせてもらうことができうれしい限りです。

After

改善後



## ワークショップに参加した感想

参加して本当によかった！！を実感しています。  
利用者は編むことしかできませんが、編みあがって完成した製品を見せると「かわいいー」など喜んで、黙々と編み物を編んでいます。職員も前作より、あーしたら？こーしたら？と力が入ります。全く売れなかったので・・・。  
「丸」のアドバイスでいろいろ視野が広がりました。



鈴木 裕香 さん



## さわや家 本間由紀子さんからの報告

西部地区

フタと本体が一体化した箱を使用していましたが、デザイナーの方から玉手箱式の物の方が、フタを開けた時の喜びが大きいと助言を受けました。今までは、単に価格だけで箱を選んでいましたが、お客様の感動を増加させる事は考えませんでした。実際に玉手箱式に変えたところ、「箱を開けた瞬間、声を上げた」と、うれしい声を頂戴しました。今回のクリニックをきっかけに、箱にリボンを掛けていたのを、誰もができるようにマスキングテープで自由に遊ぶようにしました。フタと菓子のシールと同じなので、手づくりのスタンプに変更したらどうか？と助言を頂きました。これは、マスキングテープに印字するようにしました。

## ワークショップに参加した感想

デザインクリニックに参加して、具体的に評価して頂くことが出来ました。お客様で菓子折りの注文を頂くことが多くなりました。助言をいただきました製品紹介カードも手づくりしました。今後の課題としては、四季ごとにメリハリのある商品ラインナップの編成が出来るよう努力したいと思います。



本間 由紀子 さん



Before  
改善前

After  
改善後

えーる 松村百合子さんからの報告

東部地区

昨年はデザインクリニックに参加できて、えーるのスタッフは新製品開発に向けてやる気十分です。着物地クッションも、着物クッションに改名しました。ビニールの袋に詰める包装から、和紙を帯に仕立て、紙ひもを染め上げ、ラベルもシールにしてみました。値段を800円から1200円に上げたことで、椅子に縛り付けるように紐をつけてみました。これは、以前提起していただいた2枚のクッションを結びつけることもできます。着物地の歯切れができたので、「和こーすたー」も作ってみました。



松村 百合子 さん



Before  
改善前

After  
改善後

ラポール川原 松岡純さんからの報告

中部地区

2つの額縁を組み合わせて、蝶番で連結させることで自立可能としました。カラーリングは、うづくり加工後にラッカーエナメル(白)を塗装しワイヤーブラシで表面を荒らしてアンティーク調にしました。デザイナーや他の事業所からの参加者等いろいろな人の意見を伺うことで、自分たちでは気が付かなかった様々なアイデアを得ることが出来ました。まずはもっともつつきやすいアイデアから形にしていき、徐々にハードルの高い商品の開発に挑戦していきたいと思います。次回開催される際にも是非参加したいと思います。



松岡 純 さん



### ゆうゆう舎 濱田かおりさん

中部地区

「デザインクリニック」に参加し、商品を通して、デザインについてだけでなく、作り手買い手の想いを見つめ直す良い機会になったと思っています。研修後、ゆうゆう舎の会議でも情報の共有をして、ワークシートを参照に施設内の自主製品を分析しました。その中で、現在のゆうゆう舎の商品はターゲットが絞られにくいという点を発見しました。今後、どんなお客さまに買っていただきたいかをイメージできるようになれば、より喜んでもらえる商品作りが出来るかもしれないと期待しています。手始めに、施設のみみんなで始めたいと話していることは、「商品の魅力をもつていこう」ということです。みんなで実際に使ってみたり（試作品）、食べてみたり（試食会）することで、新たな発見・開発につなげていきたいと考えています。



濱田 かおり さん



### グレース工房 深澤忠輔さん

西部地区

デザインクリニックに参加させていただいて、貴重なご意見や講義をいただき、大変感謝しております。今後の課題としては、ご意見いただきました商品の唯一性をもたせるためのPOPの制作や販売の仕方、使い方の提案や案内をどのようにするか？（パンフレット等の作成）、バスソルトに関しては、ラベルデザインの見直しなど考えております。クリニック参加する前は、既存の商品をどう売るかを考えておりましたが、クリニックに参加してお客様の立場になっての商品のとらえ方やデザインが大切だと感じました。クリニック当日も、他の作業所の商品をじっくり拝見できたり、普段は聞けない自分たちの商品の感想など、大変為になり、楽しく受講させていただきました。また機会があれば是非参加させていただきたいです。ありがとうございました。



深澤 忠輔 さん



### ワークショップマナ 藤井昭一さん

東部地区

クッキーのラベルについて、これまではフォントがばらばらで、統一感がなかったものを、ポップ体に統一しました。また、紙すきで作ったラベルのスタンプを、季節のものを作るようになりました。現在はさくらのスタンプを消しゴムで作成し、さくらと「伊豆」という文字を押して販売しております。売上げもますます好調です。こちらは500円のバスケット付きクッキーと300円的全種類のクッキーが入ったミックスクッキーとして販売しています。これまで、クリスマスにはクリスマスバージョンとしてもみの木のスタンプを、正月にはだるまのスタンプを作って販売しました。デザインクリニックで私たちのクッキーは手作り感で勝負することが望ましいと学びました。紙すきの手作り感と消しゴムスタンプで、かわいらしい雰囲気の商品を目指して作っています。



藤井 昭一 さん

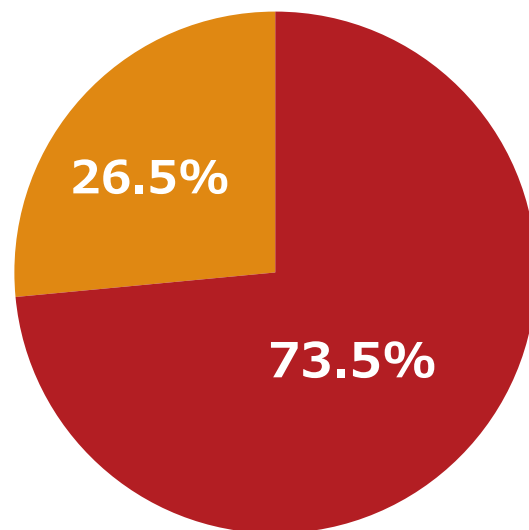


皆様のご感想をお聞かせ下さい。

impression & comments

# Q1.

## 参加して 良かったですか？



良かった点を自由に記入してください。

デザイナーという福祉とは違った分野の方に率直に意見を聞く機会となって勉強になった。

**自由に話すことが出来て良かった。**

なかなか話すことの少ない他の作業所の方々の関わりを持つことができ、視点を変えた見方ができてとても参考になりました。自分の作業所の製品を見て考えたことで、新しい発見やアイデア・ヒラメキがいくつも出て、それをヒントにすることができて、とても分かりやすくて良かった。

専門の方の意見を聞くことが出来てとても良かったです。

それぞれの施設からの情報交換の機会があったのが良かった。

グループ別で製品についての話し合いは、非常に話しやすく交流もできて良かった。他の施設の製品や現状の事を聞くことが出来た。

**他の施設の方とお知り合いになれたり、**色々な自主製品を見せて頂いたり、その問題点や改善点など話し合えた事が良かったです。また、デザインに関してのアドバイスをいただいて、とても参考になりました。

**授産製品を「商品」にしていく中で、**多くの学ぶこと視点を学ぶことが出来た。

他施設さんの製品についてもディスカッションする事によって、より多くのアイデアを知ることが出来ました。

**他の作業所の製品も見れ、悩みなどを聞け、良かったです。**  
デザイナーの方の意見が自分達にないものでとても新鮮でした。

色々な方々から意見を聞け、また、自分たちの作業所でも再度商品を見直すきっかけが出来ました。

自分のところだけでなく、**他作業所の悩みや課題なども一緒に考えられ、良かったです。**

商品を丁寧に評価、アドバイス頂けたこと。他の施設の方の意見や商品に触れられたこと。プロのデザイナーの目線、考え方が聞けたこと。

色々な施設で作った作品に対する思い入れや苦労、工夫など、思ってもいないような話がたくさん聞けたことが良かったです。

**商品ひとつひとつが買い手、売り手の思いと絡み合うという事を、改めて認識した時間でした。**

**総評を、自分たちの商品だけでなく、他の施設の方と一緒に考えたりすることで、今後の新商品に取り入れていける所。**

商品についてのアイデア、**評価を皆さんから聞いたことはよかったと思う。**

普段は、デザイン（パッケージ）などをじっくり考える機会がなかったので、良かったです。自分は知らない事が多いという事を感じました。

新製品開発のためのヒントを頂きました。具体的に診断書として書いていただき、よくわかりました。他の分野の商品に関する問題点を学べました。

商品を売ることは、デザインが良いだけではなく、**価値や売り方なども関わってくる事が理解できたこと。**

他の施設の方々の意見や、商品に対する見え方も知ることが出来た。なかなかディスカッションは出来なかったので、とても新鮮でした。

**製品に対する「見方」について客観的に見つめ直すことが出来たました。**  
新しい製品をつくる際、「Target」と「Only」を考えたいと思います。

施設内ではない、違った目線でのアプローチで、製品デザインへの意見を頂けたのが良かったです。

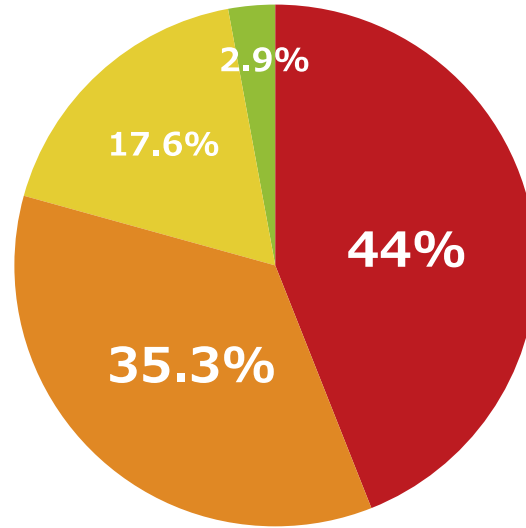
製品については悩む部分が多かったので、解決のきっかけになった。**他の施設の方々も悩んでいる事を知れた。**

アドバイスを頂いたこと。意見も聞けたし、**他の施設の様子を知ることが出来た。**

他施設の製品を見れた事と、作成方法を知ることが出来た事です。又、職員の方々デザイナーの方々のアドバイスやヒントがとても貴重なものになりました。

デザイナーの方たちが気さくで良い方たちだった。**考えを言える研修会だったのが良かった。**

## Q2.

内容は期待通り  
でしたか？

期待通りだった、または違った点を教えてください。

**デザインを見て頂く機会は  
なかなかないのでよかったです。**

デザイナーの方のレベルの高さ。私たちの周りにはいないタイプの方だったので良かったです。

**もっと具体的な話が今後  
出来ればいいと思う。**

このクリニックを終えて、事務所に戻り、意見を頂いたことを何かの形に表して、試していき、また商品化に対してアドバイスを頂きたい。

デザインを「こうした方が良い」とかではなく、  
**一緒に考えていただける  
ことが意外であったが、  
同じ目線で共感してもら  
い親近感があった。**

各施設1点のみの作品では物足りなく感じ、他の作品（別グループ）にも聞いてもらいたかったので、心残りがあります。

実際にデザインしたもので、具体的にどのような意見が出たか（ボツになったもの含む）など、見てみたかったです。

製品の評価シートをデザイナーの方に記載してもらったことは、参考になりました。

今日は一つの製品のみしか見てもえなかったのですが、  
**もっと見てもらえる時間  
が欲しかった。**

他の商品も気になっている事など、色々聞ければ良いなと思いました。

若いデザイナーの方々の客観的な意見を聞くことが出来、良かったです。

**期待通りというより予想  
外でした。もっとデザ  
インをこうするとか、あ  
あするとか、そういう研修  
だと思った。逆に良か  
ったです。**

製品をより良くする為のアイデア & アドバイスを聞けて良かったです。新しい商品を作る為の話をもっと聞きたいと思いました。

**目の前の霧が晴れた気が  
しました。**

一つ一つ商品を取り上げ、丁寧に考えてもらえて良かったです。

**施設内だけでは、何も変  
えられなかった事が、他  
の人々の力も借りて変え  
られそうな気がしました。  
(自分自身も・・・)**

他の施設で作っている製品のアドバイスを聞きながら、自分の施設の製品にあてはめて考えることが出来ました。面白いデザインを教えていただけると思いました。  
(TAKT PROJET さんが見つけておもしろいと感じた製品。)

**あまり期待していなかつ  
たので、、、新しい発見や  
気づきなど、良かったと  
思う。**

**期待以上に勉強になりま  
した。**

携帯電話入れが必要では無くなっていく事はわかっていましたので、今回の研修を生かしていきたい。

提出した商品について、TAKT PROJET さんが、全事業所に対してもれなく頭をひねり、具体的なアイデアスケッチなど描いていただいたのが感動です。

製品を考える上での重要な事について、より深く考えることが出来たと思います。

**色々な施設の方の現状や  
意見を伺えて、共通の問  
題点が見えたり、辛口の  
意見を耳に出来た事。**

**辛口の採点でした・・・  
でも、更にならばろう！！  
と思えました。**

初めて参加したとき不安があったが、1、2回目を受けて良かった。

自分たちの作っている物に対する**外部からの意見がわかっ  
てとても良かったです。**

初めは不安でした。売れない自主製品がどのように変わるのか？オシャレなデザイナーの方に自分の施設の製品がどのように映るか？など。結果として、良い方向に進んだので安心しました。

**自分の事だけを伝えるの  
ではなく、グループワ  
ークという形で他施設（事  
業所）の製品とそれにか  
ける想いなどが聞けて、楽  
しい時間でした。**

自主製品について、色々な方向から考えてくれて、もっと頭を柔軟にしないでほしいです。もっと別の製品も意見が欲しかったです。

impression & comments

# Q3.

## デザインを考える ヒントがありましたか？



デザインについて、もっと聞いてみたかったことがあれば教えてください。

デザインについては、たくさんアドバイスを頂きました。

**製品を作って売る事は、同じ地域に障害者が生きていて、同じように生活している事の情報発信だと思っています。障害のある人ない人（これからあるか知れない人）に情報が届くような物を作りたいです。**

山ほどありますが、文具用品（紙製品の表紙など）、布小物などについて。

今回は既存の製品の改善を中心にしたけれど、製品作りの基本的なデザインの事などを聞いてみたいと思いました。（新製品開発に繋がる為）

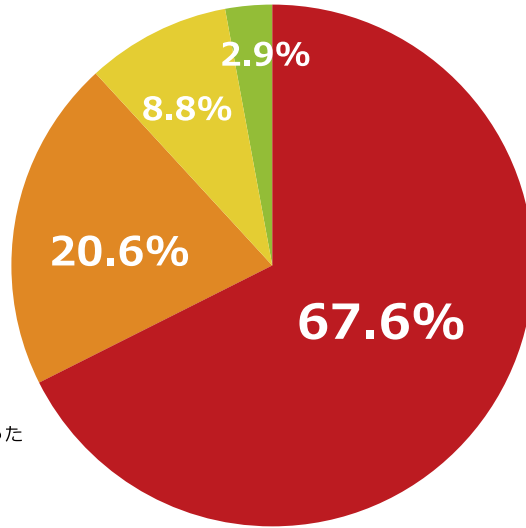
写真の撮り方についてアドバイスを頂きましたが、実際に写真の上手な撮り方を教えて頂きたいと思いました。

**発想の仕方？等だいたいの流れ、どこに重点を置くなど、基本？（まだまだですが）考え方がわかったかな？**

**もう一度集まる機会があると、「意見をもらってこう変えた」を発表出来る場となり、良かったのではと思います。**

目を引くためには、全体のどの位置に、どのくらいの大きさで文字を並べたらよいか知りました。

若いデザイナーの方々の客観的な意見を聞くことが出来、良かったです。



**もっと色々な商品を見て頂けると嬉しいです。**  
今回見て頂いた物ではなく、多くのデザインの物を作っています。

チラシを作成するにあたっての色について。（メインとする色を季節やイベントのイメージで変えた方が効果があるのか？）

販売されている物で「こういう物があったんですけど」と聞く事が多かったので、お店を見て回って、色々なデザインを知りたいと思いました。（変わっているものや、興味を持ったものなど）

流行と長続きするデザインの違いの見極めが知りました。

**作り手から見ていて、違った角度で商品を見てもらえて、そこから枠を外す事が出来ました。**

一つの製品について、パッケージにかかる費用は何%位の割合にするのが良いのでしょうか？

デザイン料金を明確に聞きたかった。デザイン会社はどのように成り立っているのか聞きたかった。

**デザインを変えるだけでなく、見せ方や置き方で違う事が分かった。**  
唯一性を出すにはひと手間かける！

製品については、とても参考になりました。  
**製品をより効果的にアピールする（出来る）パンフレットとかチラシ、宣伝なども勉強したい。**

ターゲットを絞り込む事で必要な事は？販路とも繋がっていると思うのですが、販路拡張の具体的ノウハウ。

色の組み合わせ、色による印象。やっぱり Mac の方がデザインに向いているのか？

デザインのアウトソーシングについて、聞きたかったと思います。

コストを考えた、商品をグレードアップするには、どんな素材があるのか？配色、年齢層別で好きな色・形・陳列方法はどんなものか？他とは違うオリジナル性、特別な感じを出すデザインとはどのような物か？

**藍染めという事にこだわらずに、少し幅を持って考えて良いのだと思いました。**

商品の見せ方、包装など良くわかりました。

近頃ゆっくり出歩く事もなく、色々な事に出会うチャンスが少ないので、時間があれば色々な話を聞いてみたかった。

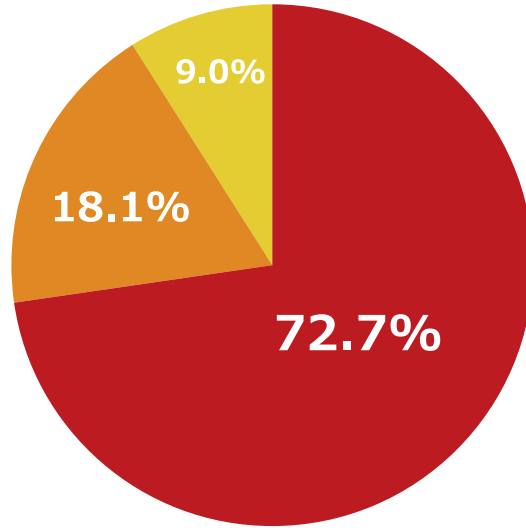
写真を撮る時のアングルなど、ポイントをもっとお聞きしたかった。良いデザインを生み出す為の具体的なポイントをもっとお聞きしたい。

**ただデザインといっても、ターゲットを絞るだけで変わっていく事がわかって良かったです。**

impression & comments

# Q4.

## 今後の製品開発に役に立ちそうな事はありましたか？



- あった
- 少しあった
- どちらでもない
- あまり無かった
- 無かった

### 役に立ちそうな点について、具体的に教えてください。

**グループミーティングで、たくさんの意見をもらう事で発見する事もあった。想像が膨らんだ。**

パッケージの仕方、売り方について。(スカーフなどは袋に入れてしまうのではなく、袋から出して、鏡も用意しておく等)。

ラッピングの方法については、かなり勉強になりました。クッションについては、早速変えてみました。

同じ製品でも工夫一つでいろいろな見せ方が出来るという事。**商品の持つ意味がしっかりしていなければ伝わらない、手に取ってもらえないという事。**

何でもビニール包装をすれば良いという訳ではなく、商品の手触りも重要なポイントだと分かり、とても参考になりました。

**アドバイス頂いた事を試作し、取り入れてみる。**

**お客様目線で商品を製作する。**

**診断書を見た他の施設の方から、さらに発展したアイデアを頂きました。すぐに実行出来そうです。**

菓子の箱にシールを貼っていたのを手作りスタンプにしたらどうか？と言われたこと。商品説明カードを蛇腹のように作ったらどうかと言われたこと。

今後製品開発というより、今ある製品の見直しをしたいと思いました。

**包装の仕方、販売の際の展示の仕方はすぐ実践出来そうでした。**

今回持ち込んだ物を良くしようと言う事だけで、開発までは思い浮かばなかった。

クッキーのパッケージ中央に貼ってあったシールを上に移動する。クッキーを陳列した時に何の商品か確認しやすい。

写真の撮り方と、手書きをスキャンする方法は、**実践してみようと思えます。**

何か新しい製品開発をというよりは、**ある物をどう魅せて売るのが(また、新たな売り方)を学ぶ事が出来ました。**ストールの売り方では筒状に丸めて帯で売ることや紙管に入れて売ること。

最終日のアドバイスを受けてから、**新しい製品を作って、TAKT PROJECT 様に写真を送りました。**

**まず何を基準にして決めていくか。色や売りの魅せ方。**お客様の立場からの印象が開けたこと。(イスラエル→エーゲ海への変更を予定しています。)

写真の撮り方や背景のコントラストや、アピールしたい物が洋風なのか和風なのか併せて、よりふさわしいパッケージにする。

藍染めのターゲットは中高年だと思っていたが、**商品のデザインパッケージにより若い人にも使ってもらえる。**

**商品のストーリー性、意味付け、目的を考える。ターゲットを絞り込む。**

考え方ももっと柔軟に、幅広く固定観念にとらわれない方法で製品開発していきたいです。

**発想が楽しい。自分と違う。ああ、そういう見方もあったのか。等々、今後どのように使ってみようかと考え中です。**

**具体的な商品アドバイス全般は大きなヒントになりそうです。販売方法(ラッピング方法 etc)や魅せ方について視点も拡げる事が出来ました。やれそうな部分から早速試してみたいと思います。**

OPP袋に入れると商品っぽくなくてよく見える気がしていたので、袋に入れない方がいいと教えてもらい、工夫してみようと思います。

製品を入れるパッケージの事、参考になったので、**会議に持ち出して話したいと思いました。**

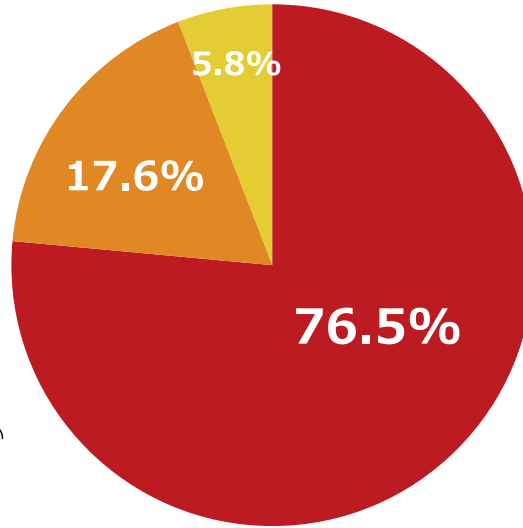
他施設へのアドバイスから、パッケージやシール、ラッピングなど、とても参考になりました。そのような点も含めての商品を考えてみたいですね。

包装の仕方、ラベル、タグなどの付け方が役に立った。

**商品を作る、見せるにあたっての考え方が役に立ちます。**

# Q5.

次回もこのような研修があれば参加したいですか？



次回以降に期待したいことがあれば、自由に記入してください。

他の作業所の方と製品について話ができて、また、普段接することのないデザイナーのお話も聞く事ができました。とても良かったので、また参加したいと思います。

色の組み合わせ方など、デザインの基本を学びたい。

デザイナーの年齢が若い事もあり、聞きやすかった。

もっと具体的に取り組んで欲しい。デザイン(パッケージ/見せ方)について、例として商品を見せて頂きたい。今お客様が何を求めているのか等、プロの視点から見て話を頂きたい。

思いもよらない企画だったので参加しました。次回どんな企画でしょうか？企画次第で参加します。

創作デザインの他に、集客しやすいディスプレイデザインがあればと思っています。(出店のとき)

ただ講義を受けるだけではなく、品物の見せ方、思い入れなど、多方面から切り込み、語り合い、自分たちで探って見つけていくとても良い研修でした。さらにこの研修を深め、こんな風に工夫したという後日談などが聞けると良いですね。

写真の上手な撮り方。イラストレーターの使い方。

カラーを学びたい。

商品についての改善・開発ができるワークショップは、普通の研修よりも目に見えて役立つ点が新しく良いなと思いました。福祉施設に専門的な人が入って専門的な意見をもらえる機会はめったにないので、貴重な研修だったと思います。ありがとございました。今後またこういう研修の機会があると嬉しいです。

楽しかったです。

自主製品と一般の商品の違い。

時間をもっと頂けると良かったなと思いました。

今回のもの以外の物も見せて頂いて、アドバイスが頂けると嬉しいです。

時間が足りなく、駆け足で進める事があったので、二日に分けていたものを三日にして、時間にゆとりを作る。

Before→Afterのような、製品の事例がたくさん見たいです。  
(今回の物でいいです)  
ありがとうございました。

販売などにおける問題を共有して、解決出来る場があればよいと感じた。

勉強になるし、他の施設の意見など、また、参加したいと思っています。

事業所としてもせっかくチャンスを頂いたクリニックでしたので、現場での検証とあわせて、また進捗確認や振り返りの機会があると、より一層気合いが入るような気がします・・・。

一度しか参加出来ませんでしたが、内容も分かりやすかったので、年に何度かやって欲しいです。

デザイン、包装等まで、もっと色々研修出来たらと思います。

何か製品を設定して、自分がデザインしてみる(紙に書く)→利用者が出来る所も考えながら。思いついた事を書いて見ました。想像する力を身につけたいです。

今回は逆に分野をまとめて、食品など、雑貨系など、このグループでより特化した内容を話してみたいと思います。

商品そのものだけでなく、店のデザインも考えてみたい。ディスプレイやポップなど。

また是非同ような研修をやって頂きたいです。

成果を見せ合う事が出来ると、もっと良いと思いました。

自施設だけでなく、他施設の製品も見ることが出来て良かったです。

## 「授産製品デザインクリニックを振り返って」

授産推進部会 安間 孝明

静岡県作業所連合会・「わ」には、30年以上の歴史があります。先輩たちの苦勞の数々、仲間たちの努力結果、今の連合会ができました。聞けばこの授産推進部会も名を変え、様々な試みを重ねて作業所の未来を切り開いて来られました。

今回の「授産製品デザインクリニック」はその試みの一つです。委員で例年を踏襲した研修の企画も話題には上ったのですが、授産製品をより売れるものにし、利益率を上げていくには何を改善し、学んだらいいのか話し合いました。結果、「実践で役立つ研修を企画したい」「参加しやすく、現行商品や企画に対し、具体的なアドバイスが受けられる」等の意見を形にしたのが、「デザインクリニック」でした。このクリニックの企画・運営にあたり、大きな役割を担って頂いたのが、斯波副会長よりご紹介の若きデザイナー集団「TAKT PROJECT」さんです。彼等は、大手企業に籍を置き、家電をはじめとしたあらゆる製品デザインを手掛ける一流デザイナーです。この話を受け留め、部会の会議にはすべて参加し、委員たちの手前勝手な注文を受け留め、基本的な研修スタイルやチラシ、そして報告冊子まで作り上げてくれました。私たちが特にお願いしたことは、「現状の商品等のクリニックをして欲しい」という事でした。私たちは、物作りやビジネスのプロではありません。障がいのある人々と共に生きていくことを決め、仕事づくりを含め、様々な人生の課題に向かっているのです。「就労」の問題は、大きな課題です。必要に迫られての取り組みの中で、それぞれの作業所が今に至っています。その日を重ねるのに精一杯で、商品開発や、ビジネス化の問題を立ち止まって見つめ直す時間すらなかったのが現状だと思います。専門家のアドバイスを貰いたくても、経済的な面でなかなか機会がなかったと思います。

しかし、法内施設への移行が終わり、ここで情報交換や作業連携を計りながら、将来のあるべき姿を描き、作業所も企業として体裁を整えていく必要があると思います。それが、福祉就労に身を委ねてくれる障がいのある人々への責任だと思います。

その一歩として、今回の「授産製品デザインクリニック」が良い機会となればと考えています。良い講習会や講演を聞いてその場で納得しても、日々の支援に生かせることができているかと言うと疑問です。この講習では、買い手の立場で「商品」について考え、「売り手」として何を改善する必要があるのかを具体的に考え、意見交換の場がありました。現実に参加事業所から改善報告も受けました。

正直、本当に今回が報告書のタイトルになっているように「ONE STEP」だと思います。次回、この企画が「ONE STEP PROJECT」として更なる進化を遂げて、「わ」がブランドとなり、人々が「わ」マークの付いたものを好んで購入してくれるようなことが起これば良いと思います。販売店舗を持っている事業所は、チェーン店としても市民に認知され、互いの商品を流通させるようになればと思います。また、「ONE STEP REPORT」がいつの日か、一般の方に読まれる雑誌やカタログとなり、流通のようなものが起きればと考えます。夢が多くの現実を作ってきました。この部会がその実現を可能にできる事を祈ります。

## 「持続可能な取り組みが生まれる会を目指して」

TAKT PROJECT 一同

以前より親交のある斯波副理事長よりお声がけいただき、デザインクリニックの企画運営に協力させていただきました。私たち TAKT PROJECT は、デザインは未来を切り開くソリューションだと考えています。デザインの力は、産業においては十二分に発揮されてきました。一方、デザインの社会的課題に対する適用はまだまだ途上です。その可能性と使命を日々感じており、斯波副理事長のお声かけに、二つ返事で快諾させていただきました。

作業所製品の問題については、制度の問題、通所作業所の活動の意味といった、あらゆる視点の議論が必要です。一方、各作業所職員の皆さん自身が、介助業務の合間を縫い、なんとか魅力的な製品を作り出し、売りに上げに繋げ、利用者に還元しようと大変な努力をされているのが実際です。その状況に応える形で企画されたのが「デザインクリニック」です。

デザインクリニックという名前の通り、プロのデザイナーの目で製品を診断し、より魅力的な製品にするための処方を与えて欲しいというのが、安間理事長、斯波副理事長からの依頼でした。一方、そういった即効性のあるアドバイスをお伝えすることに加え、もう一つ私たちが重視したい事がありました。それは、製品開発に役立つ持続的なデザイン思考が生まれる会にしたいということです。土壌を耕す事でおいしい野菜が毎年収穫できるように、製品開発に対する活性化した思考を耕すことです。

実際にデザインクリニックを行い、一番の想定外、そして、改善の可能性を感じたのは、製品開発において、職員の皆さんが総じて孤独であるということです。約 140 ある加盟作業所においても、製品開発における協力関係はさほどなく、互いの製品について議論する事もほとんど無かったようです。作業所の職員の皆さんは福祉のプロフェッショナルであり、製品開発のそれではありません。そのような状況で製品開発を行っていく事は、「これは売れるのだろうか?」「もっとかわいいものが作れるのではないか?」といった大きな不安が伴っているでしょう。しかし、そういった場面で相談できる仲間がいる事は、どれだけ気持ちが前向きになるかは想像に難くありません。

今回、すべての回をワークショップ形式としたこともあり、作業所間の沢山の会話がありました。それぞれの状況は違いますが、製品開発に対する悩み、課題を共有し合えた事は、それに向かう活性化した心持ちを持つという意味において、大きな意義があったのではないのでしょうか。

製品開発のように、何かを作り出す事には大きな不安が伴うものです。そんな中でも「これ、まずは作ってみようよ!」「これはこうした方がいいかも!」「駄目だったけど、ここを直せば良さそうね!」製品を生み出す事に向かった、そんなポジティブな会話、そういった会話が自然と出る状況を作り出す事が、長期的には重要なのではないのでしょうか。このワークショップが、そういった状況の大切さが伝わる会となった事を切に願っています。