

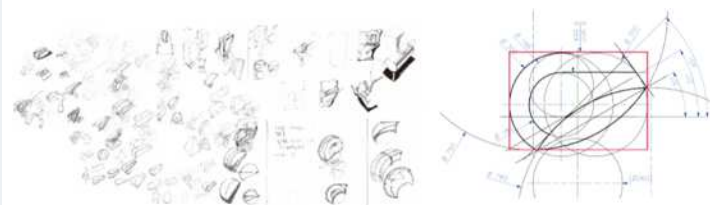
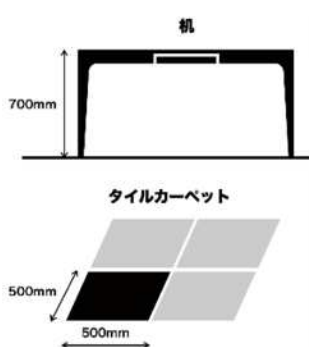
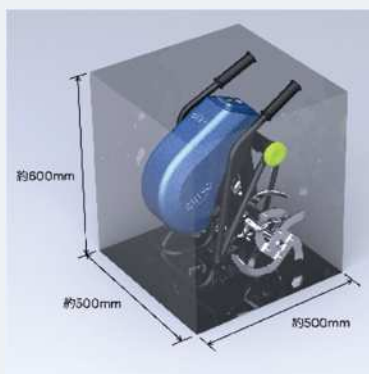
不使用時を考慮した電動型耕運機のデザイン開発 つかい手が「本当に望むモノ」を生み出すための取り組み

そ の 他

岡山県立大学 デザイン学部
船山 俊克

キーワード：
デザイン、商品開発、効能、

研究内容：



住所：岡山県総社市窪木1 1 1
☎：0866-94-2053
✉：funayama@dgn.oka-pu.ac.jp
URL：https://x.gd/8u0HnY

研究の目的・背景：

企業が製品や商品を新しく生み出していく場合、対象となるユーザーが「本当に望むモノ」を考え出すことは極めて難しい問題である。デザイナーと呼ばれる職種は、その問題に対して適切な解答を得るために様々な取り組みを行っている。本研究ではその一つとして、ユーザーにもたらされる「効能」に着目し、デザイン提案を行った。

効能とは多くの場合、薬剤等に用いられる用語であり、例えば、鎮痛剤の効能とは痛みを和らげることだけではなく、「頭痛がひどくて会社に行けない時に、鎮痛剤を飲むことで出社できるようになる」というように、社会との関係性に影響を及ぼす要素と言える。一般的に製品や商品をつくる場合、機能や性能という表現が用いられるが、本来はそれに効能を加えた3つを柱としてモノは考えられなければならない。

共同研究を行っているオカネツ工業株式会社様が製造している電動型耕運機は、現行機種において購入者からのフィードバックを得ている。その内容の多くは、性能と機能に関するものが占めており、製品や商品を向上させるにおいて非常に有効な情報である。一方、社会との関係性は、表面上の情報からだけでは読み解くことが難しい。今回は「年間の利用頻度」の項目に着目した。ユーザーの多くが年間約6回使用すると回答しており、駆動時間は年間で1.6%程度であることがわかった。製品や商品を考える場合、使用している時のことを考えがちであるが、使用していない時間が使用時間の60倍に及ぶということは、その時間を無視することはできない。このことからユーザーに提供すべき効能は、使用していない時にこそあると考え、的確な収納が行えることをテーマとした。そのことを明確に伝達するため、商品開発のコンセプトを「机の下にタイルカーペット1枚分のスペースに収まる」とした。

期待される効果・応用分野：

ユーザーが本当に望んでいる要素はウォンツと呼ばれ、一般的に言われるニーズよりも上位の概念である。その発見は困難であるが、本研究でも導入した「効能」をデザイナーが読み解くことによって得られる可能性がある。本研究内容は、製品化や商品展開を考えている領域に対してはもちろんのこと、様々な分野において効果を発揮する。本来デザインはラテン語の designare を語源とする「問題を美しく解決するための手法」のことであり、いかなる内容に対しても適応可能であると考えている。

アピールポイント：

農業WEEK2023において、モックアップモデルの展示を行った。製品化および商品化に向けて引き続き開発を継続中である。

つながりたい分野：

BtoCはもちろんのこと、BtoB、BtoE、BtoG、CtoC、GtoCなど、業種や領域を問わず適応可能です。デザインとは見た目を整えるように認識されがちですが、本来は根本的な問題解決が主であり、そのための表現として見た目も整うことが多い、と考えていただければ幸いです。一度お気軽にご相談くださいませ。