

SNS と連携した新しいものづくりシステムの試行

○佐脇 政孝^{*1)}、伊藤 日出男^{*2)}、薬師寺 千尋^{*3)}

1. 目的・背景

従来から、ものづくり企業とデザイナーのコラボレーションによる新商品開発事業は数多く実施されてきたが、その多くはシーズ側（作り手側）からの商品開発といった性格が強く、販路開拓に苦勞するケースも多い。今回の試行では、消費者（利用者）のニーズを探り、そこを目標とした商品づくりを行う「利用者起点のものづくり」を目指し、利用者とデザイナー、ものづくり企業の新しい連携の形を模索することを目的として実施した。

2. 研究内容

(1) 実験方法

利用者のニーズを探る仕掛けとして、特定属性のユーザーを束ねる SNS と連携し、SNS 会員（＝消費者・利用者）の商品ニーズに対してデザイナーともものづくり企業が新製品を提案し、この提案に対して SNS 会員との双方向のやり取りの中での新商品開発を試行した。

本試行の推進主体として、(独)産業技術総合研究所臨海副都心センター（事務局担当）、都産技研（デザイン支援）、子育てをする母親を支援する SNS である「ベビカム」（(株)デジタルブティック運営）ほかによる研究会を設置した。

- ①まず、研究会において、子育て中の母親向けグッズの新しい開発方法や、開発方針を検討。
- ②「ベビカム」会員を対象としたアンケート調査などで利用者ニーズを分析。子連れでの外出時の母親を支援するグッズの開発を決定。
- ③その後、デザイナー、メーカー候補を訪問して意見交換し、「ベビカム」会員から商品開発について意見交換を行うモニターメンバー（利用者代表）を募集するなど、開発チームを組織。
- ④「電子会議室」を使って、デザイナーとモニターメンバーが意見交換を行い、ラフデザイン、1次、2次デザイン案の提示を経て試作品を作成。
- ⑤出来上がった試作品を実際に手に取ってもらい、その使用感についての意見交換を経て、最終的な試作品が完成。

(2) 結果及び考察

利用者（今回の試行では子育て中の母親）のニーズを分析し、利用者とデザイナーの議論をもとに商品デザインを開発し、試作品製作までのプロセスを実施できた。この試行では、デザイナーにとって新たな発見が数多くもたらされた。また、利用者評価を反映した新しいものづくりの仕組みについて、運営のノウハウや課題などを明らかにすることができた。

3. 今後の展開

次のステップとして、別のカテゴリーの商品を対象とした試行などを行い、新しい商品開発手法としての完成度を高め、将来的には、ものづくり産業振興施策へとつなげることが期待される。

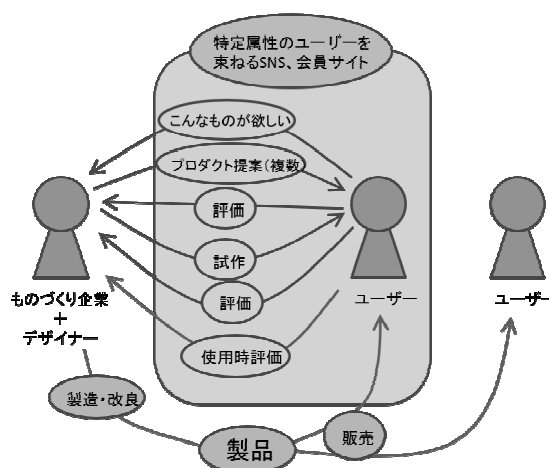


図 1. 利用者評価を反映する商品開発のイメージ

*1)独立行政法人産業技術総合研究所、*2)栃木県産業技術センター、*3)システムデザインセクター