

H25

第3回

支援機関指導員のための  
デザイン支援ハンドブック

## デザイン支援の流れ ～支援ツールの活用～

第3回は、デザイン支援の流れを解説します。併せて、支援を行う際に実際に活用できるデザイン支援ツールも用意しました。ダウンロードしてご活用いただけます。

ツールをうまく活用して、デザイン支援の方向付けや課題整理、支援企画やフォローアップ計画策定など、効率良いデザイン支援を行ってください。

### ■「第3回 デザイン支援の流れ」に沿ったデザイン支援ツール

- ① 「企業概要・デザイン相談シート」
- ②-1 「デザイン活用度チェックシート」
- ②-2 「デザイン課題・整理シート」
- ③ 「デザイン支援計画シート」
- ④ 「デザイン開発・進捗チェックシート」
- ⑤ 「フォローアップ計画シート」

各支援ツールの活用方法や留意点をこのコラム内にて説明しています。  
ツールをご利用する前にお読みください。



デザイン支援ツールの使い方・留意点

#### 相談シート名

- 活用の仕方
- 留意点など

# 1. デザイン支援の流れ

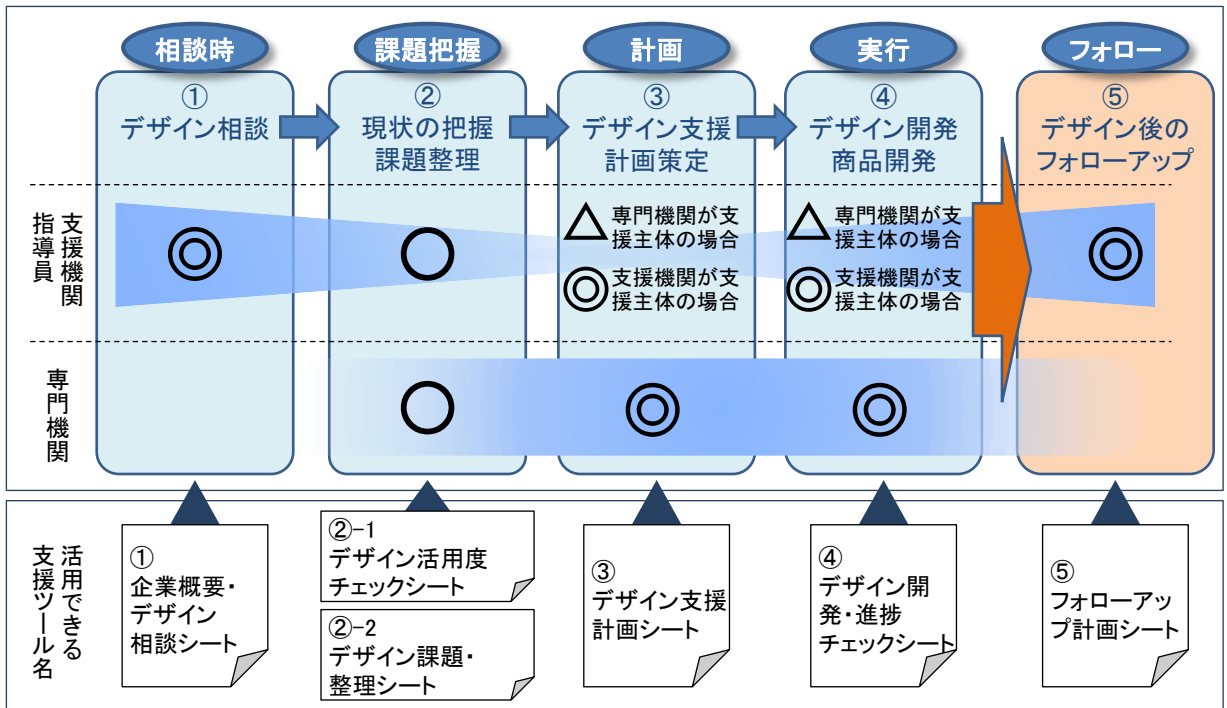
## (1) デザイン支援の流れの概略

デザイン支援のおおまかな流れは下図のようになります。図内「専門機関」とは、研究員やデザイナーなど専門家が支援に当たる都道府県産業技術センターやデザインセンターなどのことを指しています。（以下まとめて「専門機関」と呼びます。）これら専門機関と商工団体などの支援機関の指導員とが担う役割は異なってきます。

実際のデザイン開発に係る部分は専門性が必要とされるため、③デザイン支援計画策定や④デザイン開発・商品開発は、専門機関が中心となって担うケースが多くなるでしょう。指導員に求められるのは、前捌き（課題整理）や進捗チェック、フォロー支援など、側面支援となります。図では、それぞれの役割の比重を◎○△記号で表しました。

今回のハンドブックには、支援現場で使える支援ツールを用意してあります。下段「デザイン支援ツール名」欄に記載してあるのが、デザイン支援の流れとセットの支援ツール名です。これらのツールをダウンロードして、デザイン支援にご活用ください。次の第2節で、それぞれのステップの説明と、各支援ツールの活用の仕方・留意点などを説明しています。

### ■デザイン支援の流れと支援ツール



### 支援ポイント

支援機関はデザイン開発も活用しながら、事業化を目標にした支援を目指してください。

- 地域支援機関が専門機関にデザイン支援を依頼する場合、それら専門機関に“お任せ”してしまい、その後の進捗チェックやフォローアップなど伴走支援を行わないケースがあります。商品開発は、販路開拓とセットで行う必要がありますが、専門機関では開発した商品の販路開拓などの支援メニューを持たない場合があります。商品は開発したものの、販路が開拓できず事業化に至っていないという残念な結果も多く見られます。
- 支援機関は、専門機関と連携を図り商品を開発・デザインすると共に、社長や担当者に寄り添い、開発商品のモニター調査を手伝ったり、商品開発後の販路開拓支援などのフォローアップにより、支援を継続することが望まれます。

## (2) デザイン支援の各ステップ

### ① デザイン相談

デザイン関連の相談を受けた際に指導員にまず求められるのは、相談内容の整理です。専門機関の支援メニューを活用するとしても、企業概要や相談内容の情報は必要となりますので、相談を受けた時点で情報を整理し、自らの支援シナリオ策定に活かしたり、専門機関に情報提供をする、などの前捌きを実践することが望めます。

専門機関のスタッフがデザイン相談を受ける際によく直面するのが、「真の課題はデザインではない」ということだそうです。相談内容が、ブランディングやパッケージなどのデザインにあるのか、商品開発そのものに問題があるのか、そもそもビジョンなど企業の根幹に関わるものであるのかの見極めを初期段階で行うと、その後の支援が効率よく進みます。



#### デザイン支援ツールの使い方・留意点

##### ① 「企業概要・デザイン相談シート」

- 本シートは、支援機関が支援する際の企業の基本的な情報を把握するためのものです。指導員自身が参照する目的もありますが、他の専門機関に予備資料として提供することも有効です。（※相談企業の了解を得てから提供します。）
- 1ページ目の「企業概要」は、相談企業の基本的な情報です。相談者（相談企業）に記入していただくことを想定していますが、指導員が聞き取りして記載しても良いでしょう。既に「企業カルテ」などで基本情報を把握している場合は、その情報で代替できるので、1枚目の記載は不要です。
- 2ページ目以降の「デザイン相談シート」は、相談者でも指導員による記載でもどちらでも構いませんが、実際は、指導員の聞き取りによる記載が多くなるでしょう。どちらの場合も、シートの質問項目に関してなるべく具体的に記載するようにしてください。どれも具体的な支援シナリオを想定するのに必要な情報です。質問項目ごとに説明と例示を記載していますので、参考にしてください。

##### 【留意点】

- デザインに関して支援を求める企業の姿勢を事前に把握することは、大変重要です。自社技術を活用した商品開発をしたいというニーズでも、開発に必要な資金について考えていない状況であれば、実現性はあまり高くないと推察できます。そのような状態の相談者に対して専門機関を紹介し、相談に行ってもらったとしても、具体的な支援には繋がりません。
- 専門機関や民間のデザイナーに支援を依頼する前に、相談者の状況を把握しましょう。

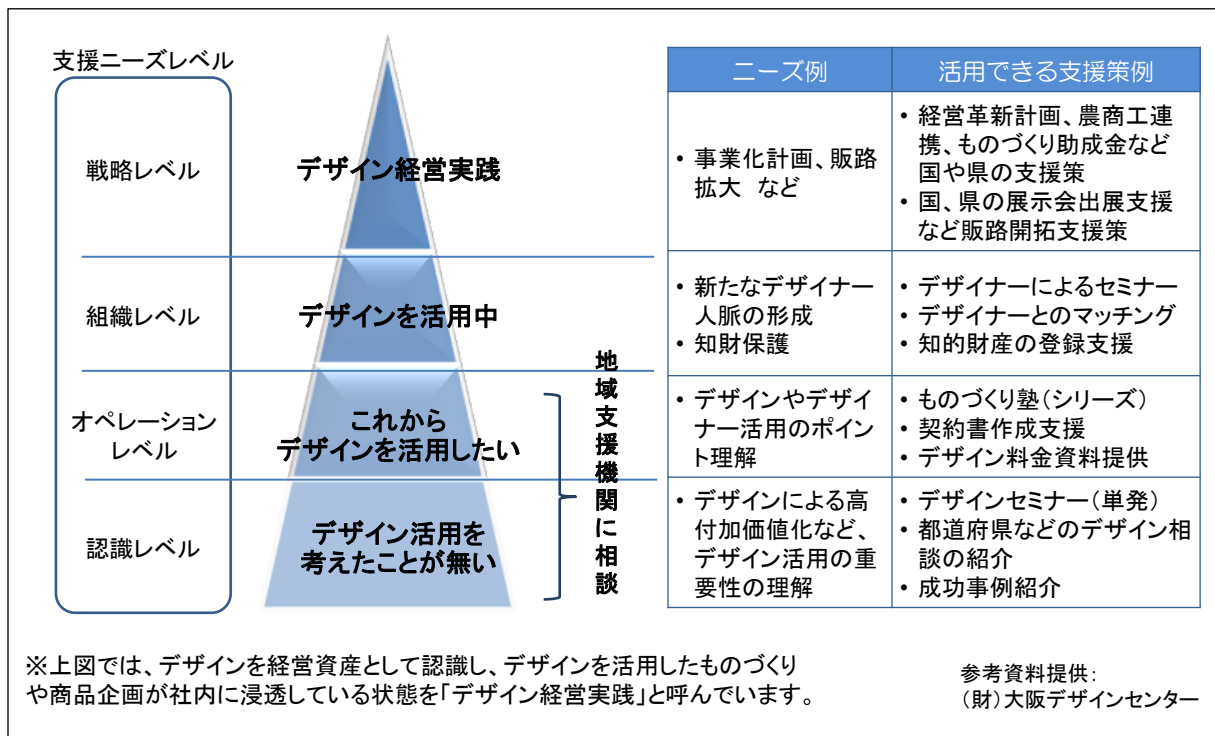
#### 支援ポイント

- ① 地域の支援機関は、中小企業・小規模事業者の最も身近な相談機関です。経営者（相談者）のヤル気や本気度など、本音を聞き出すのは、指導員の役割として望まれている点です。
- ② 具体性の少ないアイデアに関して、具体的な取り組みや計画が必要であるとの“気付き”を促すのも指導員の役割です。自身の技術に自信のある経営者は、とかく夢見がちになるもの。足元を見つめた着実な方向に導くのも指導員の重要な役割です。

## ②-1 現状把握（デザイン活用レベルの把握）

デザイン支援の内容は、相談企業のデザイン活用のレベルにより変わってきます。下図はデザイン経営の実践度と企業ニーズ、活用できる施策の一般例です。初期対応段階で、相談企業のデザイン活用レベルを把握しておくことは、具体的な支援計画を策定する上で重要なポイントとなります。

■デザイン活用レベル(デザイン経営実践レベル)と支援ニーズ



デザイン経営を実践し経験が豊富な企業は、自社のデザイン活用ノウハウも確立しているので、デザイン自体に関する相談よりも、販路開拓支援や開発資金の確保などのニーズが多くなります。一方、今までデザインについて意識的に活用したことがない企業や、これから活用しようと考えている企業は、何から手を付けてよいか分からないことが多く、身近な地域支援機関が最初の相談先となる場合が多くなります。

相談企業のデザイン活用度を図るために、チェックシートを用意しました。



### デザイン支援ツールの使い方・留意点

#### ②-1 「デザイン活用度チェックシート」

- 本シートは、相談企業のデザイン活用度を知るためのツールです。チェック項目を◎○△×の4段階で評価することで、「デザイン経営」「デザインマネジメント」「組織・体制」「商品企画力」「事業計画性」の5つのカテゴリーに関して、相談企業の傾向を掴むのに用います。
- 利用者は指導員を想定していますが、相談企業に提供して、自社認識に役立てていただく使い方も考えられます。

#### 【留意点】

- 本シートは正確な評価を下すものではありません。支援方向を探ったり、結果をもとに社長と話し合う道具にするなど、あくまでも、認識促進のツールとして活用してください。

## 【参考】 タイプ別アドバイス例

指導員は、チェック結果をもとに経営者（相談者）とのコミュニケーションを深めましょう。その際に、ちょっとしたアドバイスや情報を提供すれば、経営者からの信頼も深まります。下記に、デザイン活用度チェックで低い評価となったカテゴリーに関するアドバイス例を挙げました。

評価の低いカテゴリー	アドバイス例
デザイン経営	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 本シリーズ『デザイン支援ハンドブック』第1回や第2回など、参考になる回を経営者に提供して、デザインやデザイン経営について学んでもらう。</li> <li>● デザイン経営により成功した事例の紹介や、デザイン経営を実践している会社の経営者の話を聴いてもらう。</li> <li>● 「企業価値を高めるデザイン力」など、デザインの重要性やデザイン経営についてのセミナーの案内や、『アップルのデザイン』などデザイン経営に関する書籍の紹介など、情報を提供する。</li> </ul>
デザインマネジメント	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 参加型、体験型のセミナーや塾の参加を勧める。</li> <li>● 専門機関のデザイン相談員やデザイナーに、デザインの進め方の話をしてもらう。</li> </ul>
組織・体制	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 担当者が採用したデザインが経営者の判断で“ボツ”になるなど、経営トップが開発に参加していないデメリットを伝える。</li> <li>● 社内にノウハウが蓄積されるメリットがあるなど、組織的な取り組みが重要であることを伝える。</li> <li>● プロジェクト責任者を決めるなど、人材育成への活用を提言する。</li> </ul>
商品企画力	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 「商品企画の立て方」がテーマのセミナーや関連書籍を案内する。</li> <li>● 専門機関の相談メニューを活用し、相談員に商品開発に必要な要素についてレクチャーしてもらう。</li> </ul>
事業計画性	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 「売れる商品づくりセミナー」など、商品開発～事業化に必要なステップを学べる場を案内する。</li> <li>● 専門機関の相談員に、現在の問題点などを指摘してもらう。</li> </ul>

## ②-2 デザイン支援の課題整理

「①デザイン相談シート」により相談企業の要望を把握した後、「②-1 デザイン活用度チェックシート」の活用などにより、相談企業の現状や経営者の認識などを探り、経営課題を整理・設定し、今後の支援方針の策定を行います。



### デザイン支援ツールの使い方・留意点

#### ②-2 「デザイン課題・整理シート」

- 支援者が活用するツールです。相談内容から相談者の現状を把握した後に、課題を整理し、今後の支援方針を策定するために使います。
- 「(5) 今回の支援方針」欄には、「商品企画から支援する」などの支援方針（方向性）と、それを実現するための具体的な支援策（案）を「①フードコーディネーターとデザイナーを派遣する ②ブランドを開発する」のように、箇条書きします。

#### 【留意点】

- 相談者/相談企業の現状や経営者の認識によっては、当初の相談内容がそのまま支援課題にならないことがあります。現状把握により理想とのギャップを踏まえて、現実的な支援方針を策定してください。

### ③デザイン支援計画

デザイン計画は、プロダクトデザインとグラフィックデザインでは、計画要素や内容が違います。プロダクトデザインは、商品開発と密接に絡んでおり、そのプロセスも多く専門性が高いため、計画策定を指導員が行うことはないでしょう。計画策定は、専門機関やプロのデザイナーに依頼してください。（プロダクトデザインのプロセスに関しては、「第2回・商品開発とデザイン」をご参照ください。）

グラフィックデザインの支援においては、支援機関がデザイナー（専門家）と協力してパッケージデザイン開発や販売促進ツール作成支援を行う場合もありますので、それらを想定して、支援ツールの③「デザイン支援計画シート」を用意しました。

専門機関が支援計画書類を作成しないこともありますので、そういったケースで、このシートを専門機関からヒアリングした支援スケジュールの把握のためのメモとして活用することも考えられます。専門機関による商品開発・デザイン開発支援に合わせたモニタリングや完成後の販売計画などの側面支援計画を策定する目的でもお使いいただけます。



#### デザイン支援ツールの使い方・留意点

### ③「デザイン支援計画シート」

- 本シートは、デザイナーとマッチングしてパッケージや販売促進物をデザインするなど、専門機関に支援を依頼せず、支援機関が主体となって支援を行う場合に、指導員の方々が活用することを想定しています。
- 計画策定の目的以外に、相談企業やデザイナーなど関係者との意識合わせや情報共有ツールとしてもご活用いただけます。

#### <1ページ目>

- 計画全体の概要をまとめるシートです。デザインの目的を明確にして、計画を立ててください。
- デザインするに当たっては、商品コンセプトやターゲット、販売チャネルなど、デザインコンセプトの元となる情報が必要です。これらの記載があれば、デザイナーへのブリーフィングシート（説明資料）の簡易版としても利用できます。

#### <2ページ目>

- スケジュール管理とタスク管理を兼ねたシートです。各項目は例を記載してありますので、目的に合わせて書き換えてください。「企画」や「商品開発」は、指導員側の支援項目というより、開発のモニタリング用に設けてあります。
- 「進捗チェック」欄は、次の「④進捗チェックシート」と併せて使います。

#### 【留意点】

- プロダクトデザインや商品企画まで絡む長期的で専門知識が必要なデザイン支援については、指導員の支援範囲を超えますので、支援計画策定含めて専門機関に依頼しましょう。

#### 支援ポイント

デザイン支援計画策定のポイントをまとめました。

- ① デザインするためにはコンセプトが必要。コンセプト策定と整理が計画の第1歩。
- ② 外形をデザインするだけで商品が売れるとは限らない。販売計画や販売促進計画をも考えた支援計画策定が望まれる。

#### ④デザイン開発の進捗チェック

デザイン開発が進んでいる間、計画の進捗をチェックし、当初計画からの逸脱や大幅なスケジュールの遅れ、デザインの対する評価の相違など、計画の進行を妨げる要因についてチェックを行います。そして問題がある場合は、その原因を探し対策を考えます。指導員が進捗チェックを行う場合は、月次ベースが理想的でしょう。数ヶ月空けると状況が掴みにくくなる上、何か問題が発生していても、修正が難しくなってきます。

計画全体の進行具合を確認し、問題がある場合に解決策を模索するためのシートの雛形を用意しました。カスタマイズして活用してください。

チェックシートは、支援機関（指導員）が支援主体の場合を想定していますが、専門機関に商品開発を依頼している場合でも、経営者などに進捗状況をヒアリングし課題発見に繋げるコンサルティングツールとしても利用できます。



#### デザイン支援ツールの使い方・留意点

#### ④「進捗チェックシート」

- スケジュールやタスクチェックは、「③デザイン支援計画シート」の2ページ目を使用してください。
- 本シートは、問題・課題を抽出し解決するために使用します。チェック項目に対して「はい」「いいえ」で回答し、「いいえ」の回答項目に対し、その原因を探り、解決策を考えるために使ってください。
- チェック項目は、適宜、追加・修正してください。シートに挙げた項目以外にも、その案件や相談企業固有のリスク要因が存在します。シートはあくまでも雛形ですので、案件の内容や性質を勘案してリスク要因を抽出して、シートをカスタマイズしてください。事前にリスク要因を考えることにより、未然に防ぐことにも繋がります。
- 使用者は指導員を想定していますが、自己診断用に相談企業に提供してもよいでしょう。企業が内部チェックに使う場合は、現場担当者が1～2週間などの早いサイクルでチェックを行い、月次の部内会議などで、報告・協議するような方法が一般的です。

#### 【留意点】

- デザインに対する評価は、個々人の感性や好みに拠るところが大きいので、意見に相違が出た場合の調整が難しくなる場合があります。経営者の意見がターゲットの好みを反映しているとは限らず、デザイナーが市場を熟知しているとも限らないからです。ターゲットユーザーの好みを最優先するのが原則となりますので、ユーザーモニタリングなどにより、デザインの方向性を決定するのが理想的です。
- デザインの評価を巡るトラブルを防ぐためには、デザイナーと相談企業関係者との事前の認識の摺合せが大変重要になります。下記は、トラブル防止のために必ず行っていただきたい点です。指導員は、デザイナーと企業双方に実行を働きかけてください。
  - ① **デザイナー側：**  
過去の作品やデザインサンプルを用意してもらい、デザインテイストを経営者・担当者を確認してもらおう。また、自身のデザインに対する考え方を説明してもらおう。
  - ② **企業側：**  
デザイナーに対する十分な説明ができるよう、商品の特徴やターゲット、販売チャネルなどを説明した資料を用意し、しっかりとしたブリーフィング(説明)を行ってもらおう。  
※「③デザイン支援計画シート」の1ページ目をブリーフィングシート(説明資料)の簡易版として流用できます。

## ⑤フォローアップ

商品が完成して、パッケージや販促物などの制作も進んだ時点から、成果を上げるためのフォローアップ支援がスタートします。フォローアップ手法として多く見られるのは、展示会出展やビジネスマッチングなどによる販路開拓支援や、助成金申請による活動資金の確保支援などです。デザイン支援だけではなく、販売促進やPR・広報、資金調達などに関する支援を継続して行うことが、指導員に期待される支援のあり方です。

フォローアップ計画を策定する際には、「4P（Product-商品、Place-販売チャネル、Promotion-販売促進、Price-価格戦略）」の視点と、「デザイン・カネ・ヒト・情報」の視点で考えると総合的な検討ができるでしょう。これらの視点で計画を整理できる「⑤フォローアップ計画シート」を用意しましたので、ご活用ください。



### デザイン支援ツールの使い方・留意点

#### ⑤「フォローアップ計画シート」

- フォローアップ計画をまとめるために使います。相談企業に提供して、必要な計画の立案を促すために利用してもよいでしょう。

<1ページ目>

- 現状の課題を抽出し、フォローアップ支援策をまとめるために、「4P（Product-商品、Place-販売チャネル、Promotion-販売促進、Price-価格戦略）」と「デザイン・カネ・ヒト・情報」で整理するシートを設けてあります。例えば、「販売チャネル」の課題が販路開拓であるなら、フォローアップ策として、県の展示会に出展、などと支援策を整理します。「情報」欄には、PR・広報活動の支援をまとめてもよいでしょう。

<2ページ目>

- フォローアップ計画のスケジュールを立てるためのシートです。1年間のスケジュールを立てて、今後の戦略全体を概観することも有益です。

#### 【留意点】

- フォローアップ策は、全て同時に行なおうとせず、優先順位を立てて実行しましょう。

一口メモ

#### ■専門機関との連携支援

都道府県産業技術センターやデザインセンターなどの専門機関に支援を依頼する場合は、それらの専門機関との事前の情報交換を十分行ってください。専門機関による支援範囲がどこまでなのか、終了期間の目安などを聴き取り、支援機関ができる支援内容や時期を想定しましょう。「専門機関と支援機関との連携が少ないため、事業化が進まない」ということにならないよう、連携した支援が重要です。

商工3団体との付き合いが少ない専門機関のスタッフもいますので、指導員から積極的に働きかけて、連携による支援スキームを作り出しましょう。

- 次号は、「第4回 デザイン支援のポイント（仮）」と題し、デザインマネジメントやデザイナーとの関係、専門機関によるデザイン支援の活用などについて解説する予定です。

制作著作 独立行政法人中小企業基盤整備機構 経営支援部 支援機関サポート課

作成担当 松嶋 葉子（平成23～27年度 全国支援ネットマネージャー）  
地域支援機関等サポート事業 ホームページ

<http://www.smrj.go.jp/keiei/chiiikiryouku/index.html>