

※ここで取り上げている事例は、一般的に行われているデザイン開発を基に作成したものです。

デザイン開発事例／市場環境の調査・分析

OEM 生産主体から、オリジナル商品開発で収益アップ 顧客を商社から生活者へ転換

○企業概要

業種：高級陶磁器の生産・販売
資本金：5千万 従業員数：80名

商社、販社の指定デザインを製造してきたが、顧客のニーズにあったデザイン開発を行うべく、プロダクトの経験を持つ陶磁器デザイナーとの共同開発を要望。



自社の強み

充実した量産設備を持ち、高い精度で自由な形状のデザインが可能である。また、デザイナー、営業、技術部門が連携して作業に当たれる企業体質を持っている。

市場調査

外部デザイナーに依頼する前に、全スタッフによる徹底した市場調査を行うことを提案。

既存技術で、既存市場を深耕する事から、顧客ニーズを反映している都内有力セレクトショップ（20店舗）をリサーチし、各セレクトショップが想定するターゲット像を分析することとした。



1. 相談内容

自社ブランドの構築を図りたい。

2. 企業診断

①調査概要

当社は、商社、販社の指定デザインを製造しており、他社ブランドで同社の製品が市場に出回っている。自社開発商品は全体の生産量の1%に過ぎず、デザインは、会議において提案されるが、新しい感覚のものが出来ないと聞く。各ショップで売れ筋の商品をサンプルに、真似をしながら開発するが売りに繋がらない。自社技術を活かしたオリジナル商品

の開発をデザイナーから学ぶことが、これからの継続的な経営を支えるものと認識していた。

②自社の強み

充実した量産設備を持ち、高い精度で自由な形状が可能である。

3. 提案・解決策

企業診断から、デザイナーに依頼する前に、以下の作業が急務と判断し提案した。

①徹底した市場調査

感覚的な判断だけでは、売れた理由、売れない理由が分からないため、市場ニーズを的確に掴むことはできな

い。都内のセレクトショップなど約20店舗の商品構成や陳列状況、売れ筋商品、客の特性などを詳細に把握し、それらの消費動向を分析した。

②開発プロセスを学ぶ

ターゲット設定から、商品の市場での位置付け、デザインテイスト、流通までの一貫したシステムの流れ。

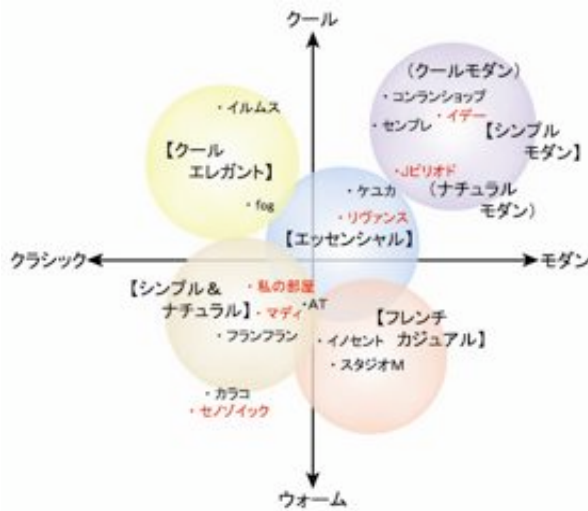
③各部門の連携

デザイナー、技術者、営業、経営者も含めて、プロジェクトに当たる。1ヶ月にわたる市場調査によって以下の点が明確となった。

①マーケットは、単一で同質な欲求を持った顧客ではなく、多様で異質

標的市場

ショップイメージを、Jピリオド、ケユカ、リヴァンスなどに想定し、「すっきりした和モダンなライフスタイル」の提案を試みました。



商品企画書 (概略)

- 開発テーマ
「高質なインテリアデザインにコーディネートできる和陶器の開発」
- ①ユーザー像：30～50代主婦
- ②使用シーン：休日家族で昼食
- ③製品の特徴：薄くて丈夫
- ④流通販路：直販

- 商品コンセプト
「凛とした佇まい」

- デザインに求めるポイント
自由形状技術を活かす

市場導入

見本市などを通してお客（バイヤー）との接点を設けた。それによりじかにそのニーズを感じとれ、価格やデザインも商品に反映することが出来た。デザイン提案や価格決定権など、主導権が企業側に持てる構造が出来上がった。

完成品「Rin・凛」

- 深鉢 L：2,800円
- 深鉢 S：1,500円
- 深皿 LL：2,800円



茶器シリーズ [Parts]

茶こし等をポット・カップに併用でき、生活シーンにおいて使い分け可能な茶器。また多様な需要を考慮し必要部分のみの買い足しを可能にするため、全て単品販売にした。
価格=735～2,625円

な小集団の結合であること。

②ショップは、様々なターゲットに合せた店作りを行っている。

③消費者は、「物」そのものを消費しているのではなく、ショップが演出している「シーン」を消費している。

4. 成果

それまでOEM生産が99%であったが、OEMと自社商品の比率が5:5となった。オリジナル商品が開発できたことで、カタログやチラシ、WEBなどに、それらのデザインテイストを反映させ、見本市も精力的にこなしたことで、想定していたショップからの引

き合いが増えたと聞く。更に、商品開発会議や市場調査なども頻繁に行うことで、何を作るべきかを客観的に認識できるようになった。そしてお客との接点も増えたことにより、じかにそのニーズを感じることが出来たことは、大きな成果となったようだ。特に価格設定に関しては、今まで問屋の言うなりであったが、お客の声を反映することが出来た。自社ブランドによる販売単価は、OEMの3倍となり収益に貢献している。このようにデザイン提案や価格決定権など、主導権が企業側に持てる構造が出来上がった好例といえる。

また、「デザインセンスの良さ」「薄く仕上げるロクロ技術」などが評価され、Gマークも獲得している。徹底した市場調査と、ターゲットの絞り込み、デザイン・品質面においての高付加価値を技術面で実現できたことは、大きな収穫となった。