

学生がデザインシンキングで 静岡の地元企業「フジ物産」の知名度を 向上させる！



キーワード

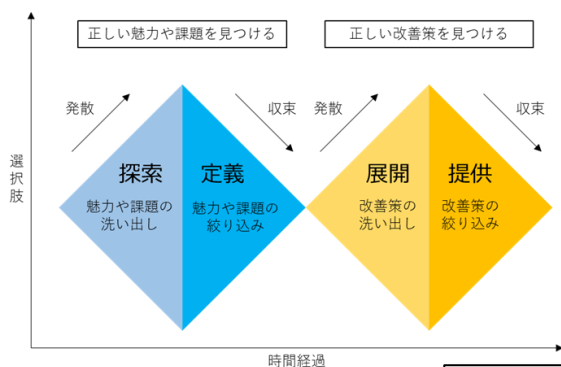
デザインシンキング・知名度向上・商品開発・場のデザイン

○活動の目的

造形学部2年生開講科目「デザインシンキングB」(担当:小澤京子)において、デザインシンキングの実践を行う目的で、フジ物産株式会社と連携し、同社の認知度を向上させるプロジェクトベース型授業を行いました。本学は静岡県の未来を担う中核人材を輩出することが社会から期待されています。静岡の地元企業の魅力を発信する共創の場は学生にとって実践的な経験を積むだけでなく、地域社会とのつながりを深める機会となります。またインターンシップの要素を備えていることから将来のキャリア形成に大きく寄与することも可能です。

○デザインシンキングについて

デザインシンキングはコトやモノのデザインを検討する際にデザイナーがたどる過程を、ビジネスの課題を解決するために応用する考え方です。柱になるのが、利用者視点です。デザインシンキングでは利用者の立場になって、対象の課題やニーズを深掘りします。この考え方をを用いることで、事業者側が把握していない問題点を浮き彫りにしたり、適切な改善策を効率的に考案できたりするため、デザインシンキングはデザインとは無縁であった多くのビジネスパーソンに広がり始めています。以下はダブルダイヤモンドと呼ばれ、デザインシンキングのプロセスでよく活用される図です。



教員名 村井貴
所属学部・学科 造形学部造形学科
職位 准教授



○具体的な動き

フジ物産本社を訪問し、社員へのヒアリングを基にデザインシンキングの手法で検討を行いました。その結果、同社がスポンサーを務めるベルテックス静岡のホームゲーム開催日に、ベルテックスマーケットでフジ物産の知名度向上を目的としたPRブースを出展することになりました。具体的には、以下の3つの企画を提案しました。

① 尾っぽパンの商品開発

マグロを商材として扱うフジ物産では血抜き後に廃棄していた尾っぽの利活用を進めています。そこに着目し、新しい調理パンを考案し、販売することになりました。



② クイズでフリースロー

来場者はベルテックス静岡のファンであることすなわちバスケットボール好きであることに着目し、フリースローを体験しながら知識の獲得を行える場をデザインすることになりました。



③ フジ物産のPRを兼ねた ベルテックス静岡応援グッズ

来場者はベルテックス静岡のファンであることに着目し、マスコットキャラクターのベルティと関連付けた缶バッジを制作しました。加えて、フジ物産の企業紹介を兼ねたメッセージボードもデザインしました。



連携先
フジ物産株式会社／ベルテックス静岡／
常葉大学造形学部 安武伸朗教授・土屋和男教授