SENKEN
繊研新聞
2017年（平成29年）
4月4日 火曜日
繊研新聞社
発行所
〒103-0015 東京都中央区日本橋箱崎町31-4

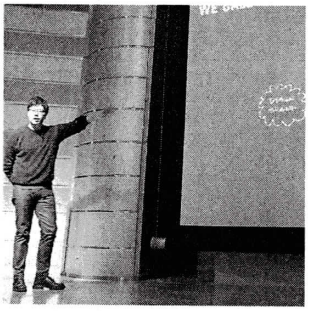
デザイン思考で突破口見いだせ

消費者の観察と共感を

WEFが都内で公開シンポ

「新たなビジネスや商品は観察や共感から生まれる」。ウィメンズ・エンパワメント・イン・ファッション（WEF、尾原蓉子代表理事）は、都内で公開シンポジウム「デザインシンキングーこれからのファッション・ビジネスの価値創造に不可欠なアプローチ」を開き、「不振が続くファッションビジネスが突破口を見いだすには、消費者起点でビジネスモデルのデザイン（設計）が必要」（尾原氏）と訴えた。

基調講演で「省資源・省アイテム・汎用性が『無印良品』のテーマ」と強調したのは、良品計画の金井正明会長。使い終わっても別の使い道がある「その次があるタオル」や、置くときに自立し、収納に困らない掃除用品、他人と区別がつくよう印を付けられる傘などを例に挙げながら、「人々の生活を観察し、モノではなく（無意識的な）人間の行為からヒントを得て商品を開発している」と説明した。



基調講演するIDEOトーキョー・デザイン・ディレクターの石川氏

デザインコンサルティングファーム、IDEOトーキョー・デザイン・ディレクターの石川俊祐氏は、「人々の潜在的な欲求や感情を発掘し、それを解決するのがデザイン思考」とした上で、バンク・オブ・アメリカで新規の預金口座開設を喚起できたサービスの開発事例を紹介した。12家族の生活に密着する中で、小銭を持つ煩わしさ、カード使用回数の高さ、貯金額より貯金する行為自体に関心が高いことを発見。その結果、デビットカードで買い物をした際、お釣りとなる1ドル以下の端数を引き落とし用の口座から預金口座に自動的に振り替えるサービスを開発し、初年度で100万人の預金口座獲得につながった例などをもとに、「観察から深いインサイト（購買意欲の核心やツボ）を得ることができる」と強調した。

このほか、アーティストでグーグルのATAPプロジェクト・ジャカード・テキスタイル開発兼クリエイティブ・リードの福原志保氏がスピーチした。