

グローバル企業のデザイン戦略研究 による地域産業のブランド開発提案

芸術学部
ソーシャルデザイン学科
教授
北島 己佐吉



研究シーズの紹介

経営戦略にデザインを組み込んだ企業が注目されており、業績的にも成果を取ってきています。「日本ブランド」の強みであった「生産性」「品質」といった優位性が失われつつあります。一方、「欧米のブランド」は独自性を軸に顧客との関係を長きにわたり構築してきています。顧客は歴史的にデザイン視点を重視してきましたが、日本と欧米の間で経営戦略面で

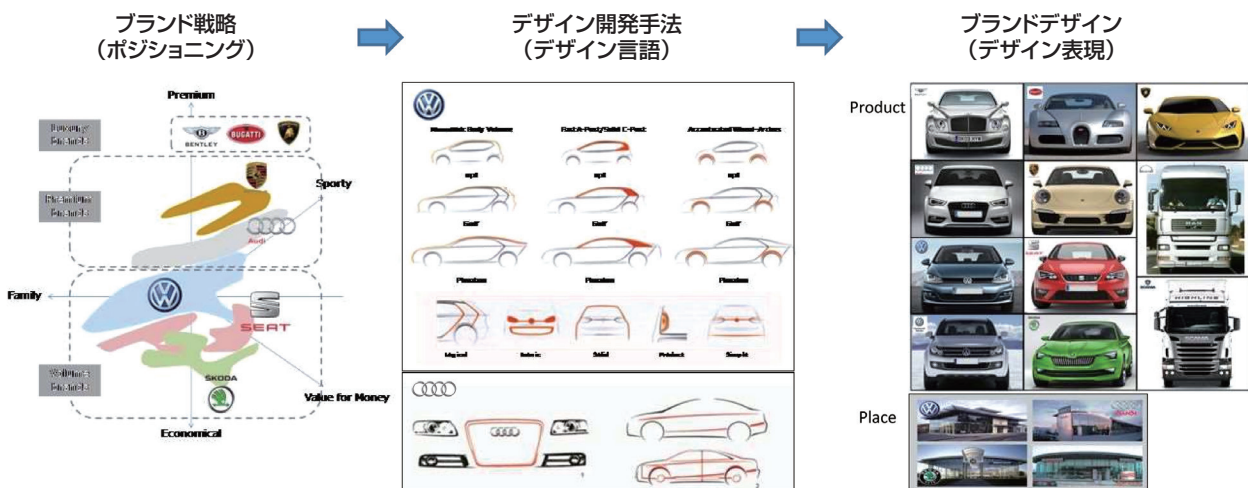
デザインの位置づけや活用の手法が大きく異なっています。近年、日本企業もこれに気付き、デザインに投資を行い、デザインによるブランドづくりに取り組み始めています。本研究を通して、企業活動におけるブランドづくりとデザイン戦略の関係や最近の動向を明らかにし、今後の地域産業のブランディングに貢献していきます。



ブランド戦略策定 ～各商品のデザイン開発

- ブランディング視点から商品デザインの課題を抽出します。
- ブランディング視点から商品デザインの企画開発提案を行います。

VWグループのデザイン戦略研究



期待される活用シーン

- 製品や技術はあるが商品として魅力をあげたい (例：食品計画)



将来の事業を考えた商品パッケージから流通で用いる包装までのトータルなブランドデザイン提案を行う。

- たくさんの事業や製品があるがデザインで事業の特徴を出したい (例：アガペファーム)



全商品のデザイン体系の課題を解決し、個々のデザインの開発提案を行う。

デザイン提案例



その他の研究テーマ

- 代表的な日米欧のグローバル企業のデザイン戦略研究
VWグループ、TOYOTAグループ、GMグループ、ダイムラーグループ、BMWグループ、FORDグループ
- デザイン開発研究提案
超小型モビリティ、次世代GTカー