

# デザインブリーフ書式

## モノのデザイン編

1. 動機・目標・中核的アイデア
2. 商品のイメージ
3. デザインチャレンジ
4. 体制とタイムライン
5. 登山口でのチェックリスト

### 【記入例】



北海道立総合研究機構 工業試験場

製品技術部 デザイン・人間情報G

### ●デザインブリーフとは・・・

デザインブリーフとは、一言で言えば「デザイン業務の計画書」です。Peter L. Phillips 著「Creating the Perfect Design Brief」によれば、デザインブリーフを作成しておくことにより、次のような効果が期待できます。

- ・プロジェクトの始まりから完了までのあらゆるステップを定義するロードマップとなる。
- ・プロジェクトを追跡(記録)したり、進捗を管理するためのツールともなる。
- ・デザイン成果の最終的なプレゼンテーションや、プロジェクト完了の確認のためのアウトラインにもなる。
- ・デザインブリーフを実際に作成する過程を通じて、ノンデザイナーである依頼者が、デザインプロジェクト完了までの込み入ったフェーズを理解できるようになる。

### ●本書式の用途

デザインに関する経験や知識をあまり持たない方が、自社製品等のデザイン開発のために外部デザイナーの関与を必要とする場合に、本書式を用いて依頼したい内容や、開発したいと考えているモノのコンセプト、開発プロジェクトの概略などを整理して、一緒にチームを組むデザイナー等とそれらの情報を共有するためにご活用いただくことを想定しています。

### ●本書式の使い方

まずデザインの依頼者が、記入例も参考にしながら、ご自身で記入可能な部分を記入します。「3. 商品開発の進め方」の部分など、依頼者だけでは記入が難しい部分は、補足的な調査や、コーディネーターやデザイナー等を交えたディスカッションなどを通じて内容を検討し、記入していきます。

記入が終わったら、「5. 登山口でのチェックリスト」を用いて内容をチェックしてみましよう。チェックが付かなかった項目は、今後何らかの形で手立てを講じる必要が生じるものと考えられます。

完成したデザインブリーフは開発メンバー全員で共有します。

### ●本書式に関するお問い合わせ、ご要望はこちらまで

北海道立総合研究機構 工業試験場

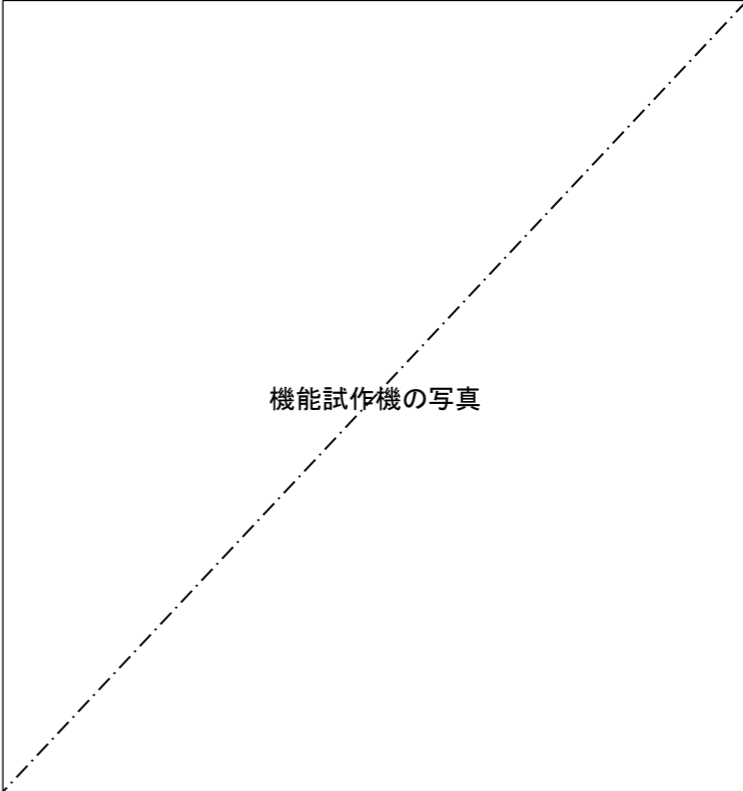
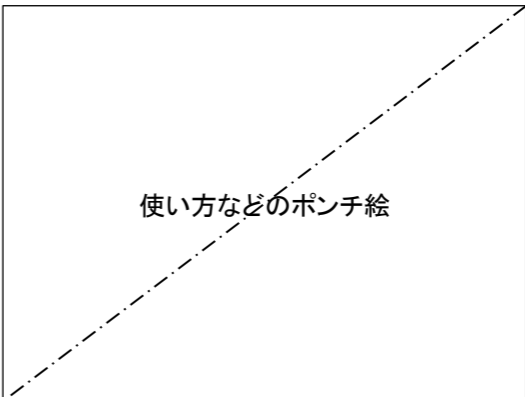
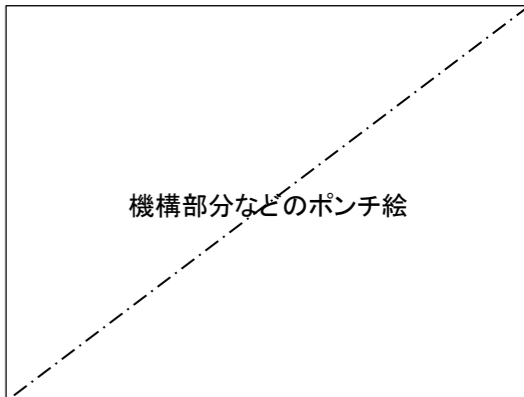
製品技術部 デザイン・人間情報グループ

日高 青志(ひだか せいじ)

hidaka-seiji@hro.or.jp

# 1. 動機・目標・中核的アイデア 【記入例】

①開発プロジェクトのタイトル	〇〇〇の商品開発	
②開発のきっかけ・動機	<ul style="list-style-type: none"> <li>・長引く景気低迷により、現状の下請業務だけでは今後ギリ貧であり、新たなビジネスのネタが必要であると考えた。</li> <li>・〇〇の集まりの中で〇〇の話題になり、〇〇を求める消費者の潜在ニーズが今後顕在化すると予測された。</li> <li>・経営者である自分自身が〇〇〇に没頭している。</li> </ul>	
③開発の目標	自社のため	<ul style="list-style-type: none"> <li>・年間〇〇〇円の利益を継続的に生む主力商品に育てる</li> <li>・初のオリジナル商品を開発することで、下請業務100%の経営から脱却する</li> <li>・新商品開発のプロセスを社内に導入する</li> <li>・〇〇と呼ばれる企業になる</li> </ul>
	ユーザ・顧客のため	<ul style="list-style-type: none"> <li>・現状では〇〇〇などの不満を抱えているユーザに対して〇〇という価値を提供する</li> <li>・〇〇なユーザに対して、〇〇という新しい世界観を提供する</li> <li>・〇〇ユーザの〇〇作業における〇〇効率を〇%向上させる</li> </ul>
	社会・地域のため	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域のA社、B社、C社とともに取り組むことで、各社の企業ブランド力強化および増収につなげる</li> <li>・地域産業界の手本となる</li> <li>・地域の若者の雇用創出につなげる</li> <li>・地場の素材である〇〇の消費拡大につなげる</li> </ul>

④現時点の商品アイデア	具体的にどのようなモノか、絵や写真も使って説明してください	
		
		
	<p>コアアイデア(製品アイデアのうち、最も“売り”になる大事な部分)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・独自に開発した〇〇機構により、従来不可能であった〇〇を可能としたこと。</li> <li>・独自に開発した〇〇により、従来製品にない〇〇をユーザに提供できること。</li> </ul>	

# 2. 商品のイメージ【記入例】

作成年月日: .....  
 作成者: .....  
 作成場所: .....

①商品のタイトル		〇〇〇〇システム「〇〇〇〇〇〇」
②対象とする市場		・〇〇向け〇〇装置市場
③商品イメージ	商品構成要素	製品構成: ・機能部品: 〇〇〇、〇〇〇〇、〇〇〇 ・カバー部材: 〇〇〇 商品ネーミング: 未検討 商品ロゴ・マーク: 未検討
	商品の付属物	付属品: 〇〇〇、〇〇〇、〇〇〇 印刷物: 取扱説明書、〇〇ガイド 〇〇: 〇〇〇
	商品バリエーション	カラー: 〇〇〇 サイズ: 〇〇〇 対象ユーザ: 〇〇向け、〇〇向け
	販売価格	定価 〇〇〇〇〇〇円
	商品ブランドのイメージ	対象とする顧客・市場: 〇〇〇〇 目指す商品ブランド・企業: 〇〇〇〇 顧客の当社に対するイメージ: 〇〇〇〇と言え ば〇〇

④商品の提供価値	ターゲット顧客	<ul style="list-style-type: none"> <li>・〇〇において〇〇をする中で、〇〇を感じている〇〇ユーザ。</li> <li>・〇〇在住、〇歳、性別は〇、家族構成は〇〇〇〇</li> <li>・〇〇〇〇なライフスタイル</li> </ul>
	現状での顧客の不本意	<ul style="list-style-type: none"> <li>・〇〇する際に〇〇〇〇という不満を感じている。</li> <li>・もっと〇〇〇〇に〇〇〇〇できないかと感じている。</li> <li>・〇〇〇〇〇〇という不経済な状態にある</li> </ul>
	開発品が顧客に提供する喜び	<ul style="list-style-type: none"> <li>・〇〇の際に感じている〇〇〇〇という不満を完全に解消できる喜び。</li> <li>・〇〇な〇〇〇〇を所有する喜び。</li> <li>・今よりも〇〇〇〇に〇〇〇〇できる喜び。</li> </ul>
	開発品に求められる機能	<ul style="list-style-type: none"> <li>上記の「顧客の喜び」を実現するための</li> <li>・〇〇〇〇を〇〇〇〇できる〇〇〇〇機能</li> <li>・〇〇〇〇を現状より〇〇〇〇に〇〇〇〇できる〇〇〇〇機能</li> <li>・もっと快適に〇〇〇〇できる〇〇〇〇機能</li> </ul>
	機能実現アイデア	<ul style="list-style-type: none"> <li>上記の機能を実現するための</li> <li>・〇〇〇〇部に独自開発した〇〇〇〇メカニズムを採用</li> <li>・製品ライフサイクルの〇〇〇〇のプロセスに〇〇〇〇を導入</li> </ul>
	使用方法	〇〇〇〇な状況において、ユーザはまず〇〇〇〇し、次に〇〇〇〇、〇〇〇〇、〇〇〇〇、〇〇〇〇の手順で使用する。
競合品・競合優位性	<p>競合品      〇社 〇〇〇〇</p> <hr/> <p>競合優位性      〇〇、〇〇、〇〇と言った点で、ターゲット顧客には開発品の方がより強く訴求できる</p>	

作成年月日:

作成者:

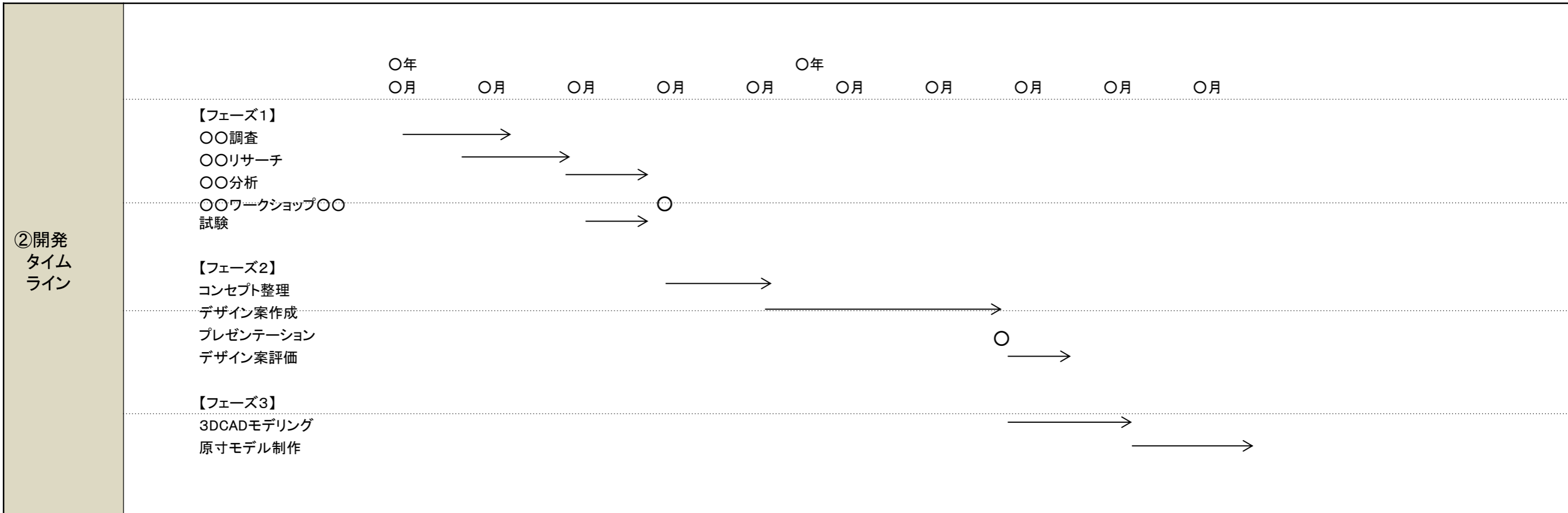
作成場所:

# 3. デザインチャレンジ 【記入例】

	第一段階				第二段階			第三段階				
①クリアすべき評価・テスト	<ul style="list-style-type: none"> <li>・実際のユーザーである〇〇、〇〇に、製品コンセプトと基本デザイン案を見てもらい、「欲しい」という回答が〇割を越えることを確認する。</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>・実際のユーザーである〇〇、〇〇による試用試験を行い、〇〇作業における〇〇効率が現行機種より〇割改善されることを確認する。</li> <li>・ターゲット顧客である〇〇、〇〇による官能評価試験を行い、「購入したい」の割合が〇割を越えることを確認する。</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>・実際のユーザーである〇〇、〇〇による試用試験を行い、第二段階の〇〇試験で指摘された問題点が解消されていることを確認する。</li> <li>・流通面で協力を依頼する予定の〇〇社による評価試験を行い、商品化に向けた最終的な問題点を確認する。</li> </ul>				
②求められる成果物	成果1: ユーザーによる評価試験のためのコンセプトボード及びラフモデル <ul style="list-style-type: none"> <li>・発泡材等によるラフ外観モデル</li> <li>・コンセプト説明用ボード</li> </ul>				成果2: ユーザーによる評価試験のための機能試作 <ul style="list-style-type: none"> <li>・3Dプリンタによる外装パーツ製作</li> <li>・動作確認用基板・機構の実装</li> </ul>			成果3: 商品試作 <ul style="list-style-type: none"> <li>・光造形システムによる外装パーツ製作</li> <li>・最終版基板・機構の実装</li> <li>・デカール等グラフィックの反映</li> </ul>				
	A社:(株)〇〇(依頼企業) B社: × × デザイン(デザイン業) その他: 外注先企業など	A社	B社	その他		A社	B社	その他		A社	B社	その他
③-1 マーケティング	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ユーザーである〇〇、〇〇を対象とした</li> <li>・インタビュー調査</li> <li>・観察調査</li> <li>・競合品調査</li> <li>・その他参考となる事例の調査</li> </ul>	○ ○ ◎ ◎	◎ ◎ ○ ○		<ul style="list-style-type: none"> <li>・要所での試作を用いたユーザーテスト</li> <li>・事業化に向けたデザイン要素の整理・検討</li> </ul>	○	◎ ◎		<ul style="list-style-type: none"> <li>・販売、プロモーション方法の検討</li> <li>・展示会などデビュー方法の検討</li> <li>・意匠権出願</li> </ul>	◎ ○ ◎	○ ◎ ○	
③-2 デザイン	<ul style="list-style-type: none"> <li>・製品コンセプトの創出</li> <li>・製品の基本デザイン案の創出</li> <li>・コンセプト説明用ボードの作成</li> <li>・ラフ外観モデルの作成</li> </ul>	○	◎ ◎ ◎ ◎		<ul style="list-style-type: none"> <li>・製品デザインの精緻化</li> <li>・製品グラフィックの検討</li> <li>・外装パーツ作成(3Dプリンタ)</li> <li>・製品設計フォロー</li> </ul>		◎ ◎ ○ ◎	◎	<ul style="list-style-type: none"> <li>・製造フォロー (以下別業務として)</li> <li>・製品ネーミング・マークのデザイン</li> <li>・カタログのデザイン</li> <li>・パンフレットのデザイン</li> <li>・展示会のデザイン</li> </ul>		◎ ○ ○ ○	
③-3 エンジニアリング	<ul style="list-style-type: none"> <li>・製品の核となる□□技術の煮詰め</li> <li>・製品製造に必要となる△△技術調査</li> </ul>	◎ ◎			<ul style="list-style-type: none"> <li>・〇〇機構及び基板設計、試作、テスト</li> <li>・外装パーツの設計</li> </ul>	◎ ◎	○		<ul style="list-style-type: none"> <li>・製造</li> <li>・品質管理</li> </ul>	◎ ◎		

# 4. 体制とタイムライン【記入例】

①商品開発体制	開発総責任者	当社〇〇部長 〇〇〇〇	開発コアメンバー	プロジェクトマネジャー	当社〇〇部〇〇課長 〇〇〇〇
	プロダクトマネジャー	当社〇〇部〇〇課長 〇〇〇〇		リサーチ責任者	当社〇〇部〇〇 〇〇〇〇
		デザイン責任者		〇〇デザイン事務所 代表 〇〇〇〇	
		エンジニアリング責任者		当社〇〇部〇〇 〇〇〇〇	
		設計責任者		当社〇〇部〇〇 〇〇〇〇	
		試作責任者		当社〇〇部〇〇 〇〇〇〇	
		試験責任者		当社〇〇部〇〇 〇〇〇〇	
		製造責任者		当社〇〇部〇〇 〇〇〇〇	
		プロモーション責任者		当社〇〇部〇〇 〇〇〇〇	
		販売責任者		当社〇〇部〇〇 〇〇〇〇	



# 1. 動機・目標・中核的アイデア

作成年月日:

作成者:

作成場所:

①開発プロジェクト のタイトル	
②開発のきっかけ・ 動機	
③開発の目標	自社のため
	ユーザ・顧客のため
	社会・地域のため

④現時点の 商品 アイデア	具体的にどのようなモノか、絵や写真も使って説明してください
	コアアイデア(製品アイデアのうち、最も“売り”になる大事な部分)

# 2. 商品のイメージ

作成年月日:

作成者:

作成場所:

①商品のタイトル		
②対象とする市場		
③商品 イメージ	商品構成要素	
	商品の付属物	
	商品バリエーション	
	販売価格	
	商品ブランドのイメージ	

④商品の 提供価値	ターゲット顧客	
	現状での顧客の不本意	
	開発品が顧客に提供する喜び	
	開発品に求められる機能	
	機能実現アイデア	
	使用方法	
競合品・競合優位性	競合品	
	競合優位性	

# 3. デザインチャレンジ 【記入例】

作成年月日:

作成者:

作成場所:

	第一段階			第二段階			第三段階		
①クリアすべき 評価・テスト									
②求められる成果物									
③-1 マーケティング									
③-2 デザイン									
③-3 エンジニアリング									



# 4. 体制とタイムライン

作成年月日: .....

作成者: .....

作成場所: .....

①商品開発体制	開発総責任者		開発コアメンバー	プロジェクトマネジャー
	プロダクトマネジャー			リサーチ責任者 デザイン責任者 エンジニアリング責任者 設計責任者 試作責任者 試験責任者 製造責任者 プロモーション責任者 販売責任者

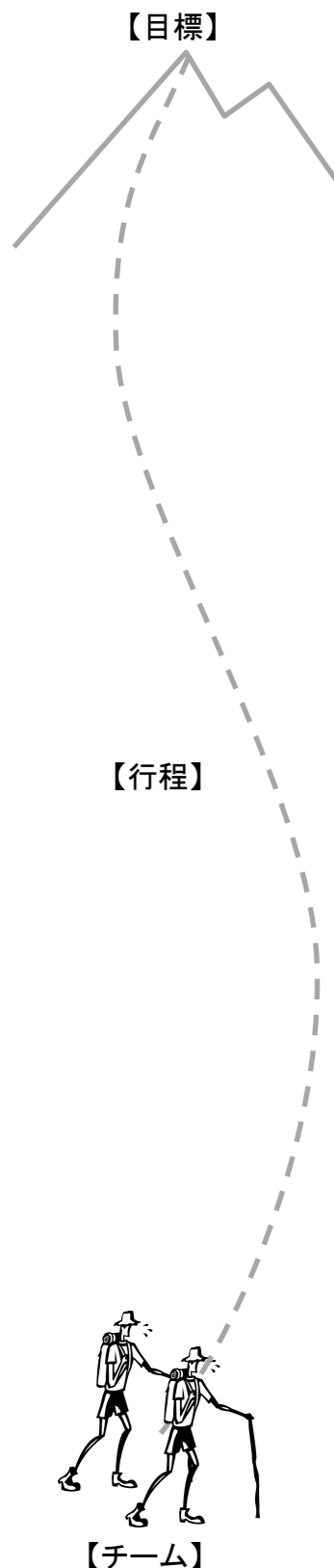
②開発タイムライン			

# 5. 登山口でのチェックリスト

作成年月日:

作成者:

作成場所:



			チェック結果への対応方法など・メモ	対応シート
どんなモノを開発するのか 【目標】	ビジネスレベル:	<input type="checkbox"/> ユーザに選ばれ、購入してもらえる自信がある <input type="checkbox"/> 継続的に製造・販売し、利益が出せる勝算がある <input type="checkbox"/> これ以上のモノはない、というところまで煮詰めてから知財化した、あるいはする計画がある。		1-③
	コンセプトレベル:	ユーザの視点で見て <input type="checkbox"/> 「そう、これが欲しかった!」と感じられる <input type="checkbox"/> 実際に使って満足できる <input type="checkbox"/> ほぼ直感的に使える <input type="checkbox"/> 既にあるモノをちょっと良くしたモノではなく、全く新しい価値を顧客に提供するモノである <input type="checkbox"/> 顧客に同様の価値を提供する手段として、これ以上のモノはないという自信がある <input type="checkbox"/> 我が社が手がけるに相応しいモノである <input type="checkbox"/> 自分が客だったら買いたいと思えるモノである		1-③ 2-④
	設計レベル:	<input type="checkbox"/> 製品の基本アイデアに明らかに〇〇な部分がない <input type="checkbox"/> 危険 <input type="checkbox"/> 使用者の負担が大きい <input type="checkbox"/> もろい <input type="checkbox"/> 宣言通りに機能していない <input type="checkbox"/> 性能が出せていない <input type="checkbox"/> 大きさ <input type="checkbox"/> 使用手順上面倒くさい部分 <input type="checkbox"/> 法規や他者の知財に抵触しない		1-④ 2-④
	製造レベル:	<input type="checkbox"/> 今回の開発メンバーで製造でき、品質を保てる		1-③ 2-③
開発をどう進めていくのか 【行程】	予算レベル:	<input type="checkbox"/> 開発するモノのデザインに必要な予算を見込んでいる <input type="checkbox"/> パッケージデザインやコミュニケーションデザインなど、モノのデザイン以外のデザイン予算を見込んでいる		3 3
	期間レベル:	<input type="checkbox"/> 商品開発やデザイン活用の経験があるメンバーの参画のもとで、商品開発全体や個々の業務に必要な期間を見積もっている		3-③
	テストレベル:	<input type="checkbox"/> 商品化に向けてどのようなテストが必要か、そのためにどのような試作が必要かが整理できている。		3-①、②
どんな体制で開発を進めるのか 【チーム】	体制レベル:	<input type="checkbox"/> 商品の“親”になる覚悟を持った人が開発プロジェクト全体のリーダー役を担っている <input type="checkbox"/> モノのデザインだけでなく設計、試作、製造、プロモーション・販売・メンテ・サービス等の責任者を割り当てている		4-①
	意気込みレベル:	<input type="checkbox"/> 開発リーダー(及び経営者)に、何としても開発品を商品化するんだという覚悟がある		4-①