



インテリア

ディスプレイ  
プロダクト

メッセナゴヤ2018  
デザインなんでも無料相談

# それは、 デザイナーに 聞け!!

クリエイティブ

サイン

広告

イラストレーション

建築

空間

インダストリアル

商環境

グラフィック

日時=2018.11/7(水)–10(土)10:00–17:00

但し9日(金)は18:00まで、10日(土)は16:00まで

会場=ポートメッセなごや 第1展示館 小間No.1C-183

ポートメッセなごや 名古屋市国際展示場 〒455-0848 名古屋市港区金城ふ頭2-2

ブ デ  
ラ ザ  
ン イ  
ド ン  
カ 改  
を 革  
つ で  
く くる  
。

「どうすれば〜?」デザインについてのお困りの事、お悩みについて、  
解決する方法論・プロセスを各ジャンルの実績豊富なデザイナーが  
分かり易くアドバイスします。

中部デザイン団体協議会(CCDO)は、1988年に設立され、  
「デザイン都市・名古屋」実現のために幅広い活動を展開し、  
名古屋市が推進するデザイン施策に協力してきました。  
現在、11のさまざまなデザイン団体で構成されています。

中部デザイン団体協議会CCDO 事務局/tel.052-238-6036

名古屋市中区栄3-18-1 ナディアパーク・デザインセンタービル7階 (株)国際デザインセンター デザインラボ2

中部デザイン団体協議会CCDO 構成11団体

(公社)日本インダストリアルデザイナー協会[JIDA]、(公社)日本インテリアデザイナー協会[JID]、(一社)日本商環境  
デザイン協会[JCD]、中部デザイン協会[CDA]、中部クリエイターズクラブ[CCC]、(公社)愛知建築士会[ASA]、(公  
社)日本サインデザイン協会[SDA]、(一社)日本空間デザイン協会[DSA]、(一社)中部広告制作協会[CAC]、中部イン  
テリアプランナー協会[CIP]、(公社)日本グラフィックデザイナー協会[JAGDA]

展示協力:(株)中川ケミカル、田島ルーフィング(株)、カリモク家具(株)、(株)オリバー

# それは、 デザイナーに 聞け!!

メッセナゴヤ2018  
デザインなんでも無料相談

名古屋商工会議所 + 中部デザイン団体協議会CCDO

日時 = 2018.11/7(水) - 10(土) 10:00 - 17:00

但し9日(金)は18:00まで、10日(土)は16:00まで

会場 = ポートメッセなごや 第1展示館 小間No.1C-183

ポートメッセなごや 名古屋国際展示場 〒455-0848 名古屋市港区金城ふ頭2-2

モノがあふれる時代、  
売れる力を生むのは  
「デザイン」です!

## [ディスプレイ]

### [プロダクト]

●通常商品の価値を変えて新しい商品化に成功

新商品開発

○「関の孫六」で世界に知られる刃物の産地岐阜県関市の某ハサミメーカーは、日本の伝統的ハサミを新たにデザインすることにより「長寿(ロングライフ)商品」を開発して現在に至っている。伝統のもの、伝統の技術に「デザイン」を組み合わせて、現代のマーケットに対応させた好い事例

### [プロダクト]

●通常商品の価値を変えて新しい商品化に成功

ブランド化

○某パブリックファニチュアメーカーは、当初デザイン料を払ってまでデザインすることに抵抗があったが、外部デザイナーを導入して商品開発に臨んだ。そこからGマーク商品が次々に生まれ、「ブランド」という強い要因を確保出来たことで営業的に成功し、差別化にも成功。

## [イラスト]

## [イラスト]

「図解」

## [建築・インテリア]

●理想的な2世代住宅をデザイン

○市内で若い夫婦、老夫婦の二世帯対応住宅のリフォーム要請があり。単純な区分ではなく、それぞれのライフスタイルが尊重されながら親子関係が保たれ、かつ経済的という目標を設定。ひとつの家でそれぞれ入口、キッチンやトイレが異なるが経済的な配置で合理化し、協同リビングの設置により理想的な親子コミュニケーション空間を形成。工務店では困難でデザイナーの介在により達成できた例である。

## [プロダクト]

●通常商品の価値を変えて新しい商品化に成功

新商品開発

○建築工事現場で使用するヘルメットの制作者が建築不況から販売に悩み相談。従来のヘルメットを着色、あるいはグラフィックデザインでお化粧することでファッショナブルな商品として東南アジアのモーターサイクルを愛好する若者に販売。(東南アジアのオートバイ用ヘルメットは規制がまだ軽いため)

## [グラフィック]

●「ブランディング」価値を向上 V.I.を導入

○老舗企業が周年を機会に社名・マークロゴを一新。これまでせっかくの実績がありながらブランド価値が競合店に比べて著しく古くなり「信頼性」「先進性」にかけていた。新たに社名・マークロゴをデザインすることで、古いイメージを一新し、名刺・封筒・サイン・広告等に統一感を持たせることができた。ブランド価値を最大に発揮させ、営業的に貢献した。

## [ショップ]

●かつてない経費削減を達成

○クライアント側の希望で予算を通常費用の半分で達成できないか相談あり。そのため、基本的な建築を最もローコストな工法、素材で行い、グラフィックデザインを駆使するというアイデアで商業施設化を行った。結果的に地域で一番目立ち、有名になり、印象が残るものが完成して商業施設として成功した。

## [ショップ]

●資金調達も含めた包括的な相談に対応

○はじめてのお店づくりでお金の工面のしかたに始まりまったく分からないというクライアントが結構多い。すべてのデザイン事務所ではないが、一部デザイナー、また特にプロデュース会社などでは包括的なアドバイスを常に行っている。そういった事務所もデザイン事務所のひとつ。

## [グラフィック]

●ペーパーレスへの変身

○今までは紙媒体を中心とした成果物が主流であったが、今 iPad / iPhoneの普及からペーパーレスの成果物も必要になってきている。ペーパーレス媒体の場合、印刷リスク、印刷費などがなくなり合理化がさらに出来る。そこでペーパーレスの提案を行うことで新たな顧客獲得、売上向上などが達成。

## [空間]

なくなり合

そこでペー

差別化