

デザイン思考による食関連サービス・商品アイデア創出

Creating Food-related Services and Product Ideas by Design Thinking

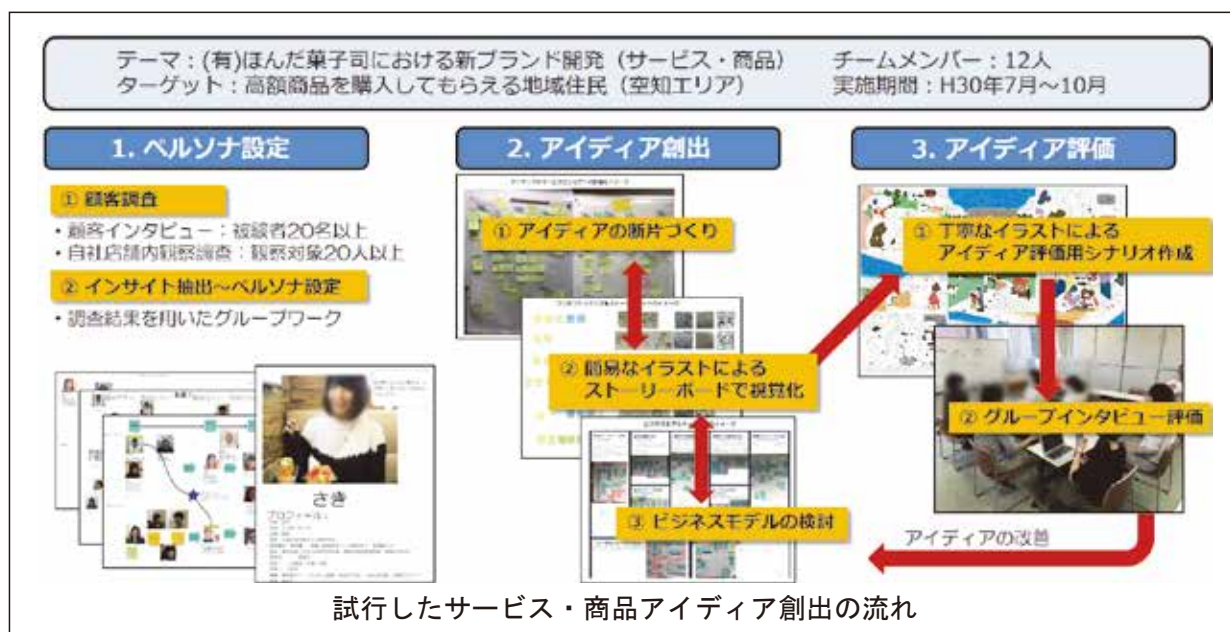
製品技術部 万城目 聡・印南 小冬

■研究の背景

昨今、顧客の視点に立ったサービス・商品アイデア創出手法として「デザイン思考」が着目されています。デザイン思考はさまざまな業種・プロジェクトに応用できるとされており、本道食関連産業においても有効なアプローチと考えられます。そこで食をテーマとした戦略研究「素材・加工・流通技術の融合による新たな食の市場創成」の中で、連携企業（菓子製造業、システム開発業）と共同でデザイン思考を活用した新サービス・商品のアイデア創出を試行し、その有効性について検討を行いました。

■研究の要点

1. 顧客調査・分析結果を踏まえたペルソナ設定
2. ストーリーボードなどを活用したアイデア創出
3. 一般顧客を対象としたアイデア評価



■研究の成果

1. デザイン思考の特徴である、顧客調査の分析結果からペルソナを設定するアプローチによって、多様なサービス・商品アイデア創出を可能とする着眼点が得られ、商品と共にサービスの側面が重要な食関連産業において、デザイン思考を有効活用できることが分かりました。
2. デザイン思考では、創出したアイデアを早期に可視化することが重視されており、今回採用した簡易なイラストによるストーリーボードづくりの手法によって、開発メンバー間でのアイデア共有や改善作業を効果的に促進できました。
3. 今回得られた個別のサービス・商品アイデアを実現化するため、連携企業と引き続き技術的課題の解決などについて検討を進めることとしました。

※ペルソナ：顧客の中で最も重要な人物像

(有)ほんだ菓子司
 (株)日本ユニシス
 道総研食品加工研究センター