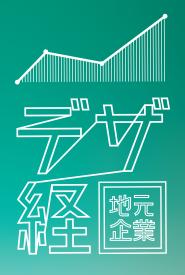
中小企業のアイデンティティから発露する



関西の地元企業と共に事業者のアイデンティティに根ざしたデザイン経営で実績をあげてきた SASI。

苦しい時も経営者に伴走するスタイルで、変わらない価値観であるアイデンティティから発露 する未来をデザイン経営で実現するプログラム。

ブランド

#新事業展開

#組織作り

#イノベーション



第三回報告

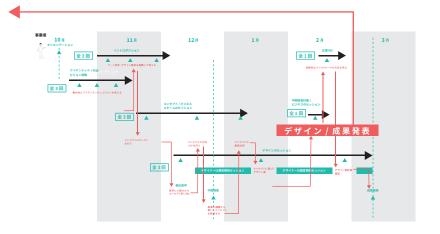
デザイン / 成果発表会

強みと課題の再確認から コンセプトを考え共有する

コンセプト案から、その思いを広く伝えるために必要なデザ インを検証するセッション。

そのデザインをブラッシュアップするとともに、今回の事業 でのアイデンティティ型デザイン経営の成果発表を行う。 関西の中小企業 8 社に対して、デザイン経営のセッションやデザイン ワークを実施。

また目指したいデザイン経営の概要やアート思考などを学び、実践的かつ持続的なデザイン経営の基礎を行う。8 社がデザイン経営の実践によって、変わりゆく様を示し、結果を出すことで「魂(アイデンティティ)から発露するデザイン経営」を関西に浸透させるための事業。



主催 経済産業省 近畿経済産業局

企画/運営

協力



事業者概要

参加企業一部の方々の会社概要



株式会社トーヨーメタル 大阪府堺市

銅やアルミなど非鉄金属のロウ付け、 溶接加工請負。



株式会社濱田

和歌山県田辺市

梅干、梅酒、梅加工品の生産、加工、 販売。



ハードロック工業株式会社

大阪府東大阪市

緩まないねじ「ハードロックナット」 の製造販売。

セッション 7~9 回目

コンセプトからのデザイン表現

自分が欲しいプロダクトを





参加者:

ディレクター 江口海里デザイナー 鈴木康祐デザイナー 石本和也

求めているかっこよさを実現するプロダクトとして、そのかっこよさとは何か?変化していく体と環境をどのように整えるのがいいのか?というセッションを繰り返していく。

事業者自身が使いたくなるプロダクト を事例を上げていきながら、的を絞っ ていくセッションを繰り返した。

梅のメインカルチャーを歩むに変化

渡田の ビジュアル・アイデンティティに 込める要素

STREETS SALE

三角の高温や型はの カンプラの名の内ではこと

ERRECHISCO

ENDERSARY BRALTER

上記の夢楽を込めたビジュアル・アイテンティティのペースとなるモチープは、水の違いです。

想いを具現化するプロセス



梅の民として。

参加者:

ディレクター 田中裕一 デザイナー 和田匡弘 デザイナー 中町勇輝

セッションを重ねるなかで、梅のサブカルチャーを発信することが本当にいいのか?事業者自身が自問自答を繰り返した。

サブカルチャーとして脇道をいくのではなく、ツギなる文化であるサードウェーブを産むために、あえて梅の民であり続けることを決意した。メインカルチャーを塗り替える挑戦を。

ナットに入れるサイズでの考え方(認識できるもの)



参加者:

ディレクター 二村康太 デザイナー 仙石吉德 デザイナー 酒井愛里沙

緩み止めナットが生まる着想が舞い降りた神社の鳥居での出来事を参考に、 KUSABI STATMENT(クサビステイトメント)という社内で大切にしたい 思いをまとめた。

さらにそれをより具現化するために、 コーポレートロゴを変更するためのデ ザインセッションを社内を巻き込みな がら何度も行った。



デザイン経営 つの入り口

経済産業省特許庁が「みんなのデザイン経営」 で発表した、デザイン経営9つの入り口。自社 にあった入り口から実践していくための考え方

歴史や強みを棚卸しする **IDENTITY**

^{意思と情熱を持つ} MISSION

未来を妄想する VISION

心をつかむモノ・サービスをつくる **EXECUTION**

実験と失敗を繰り返す **PROTOTYPING**

人を観察・洞察する INSIGHT

STORYTELLING

社内外の仲間を巻き込む COLLABORATION

社員の行動変容を促す BEHAVIOR

梅のサードウェーブを起こすためのカルチャー発信

本業と新規事業の両輪を回して、未来をデザインする

関西8社 事例発表

株式会社濱田

株式会社水田製作所

課題 効果的な情報発信と多言語化

課題 歴史やストーリー等の情報発信不足

発表の目的は、経営者の曖昧であったアイデンティティから発露する内発的動機を引き出し、社会への問い (アート)を実現するために、ディレクターやデザイナーと共に、試行錯誤しながら苦悩しつつも前に進む姿

発表すべき内容はデザインの発表ではなく、経営者の気持ちの変遷や試行錯誤、社内プレゼンやフィードバッ クなどから、何を得て、どこに進もうと心が固まってきたかの様子を表すことで、魂までしみたデザイン経 営の基礎のあり方を共有する。

ハードロック工業株式会社 課題 コーポレートメッセージの発信不足	инимонивень с COLLABORATION	哲学と技術の融合	で自社の価値を世界に発信
サワダ精密株式会社	意思と情熱を持つ MISSION こ	れからの時代に必要とさ	れる製造業の組織デザイン
トーヨーメタル株式会社 環題 先行き不透明な非鉄金属国内市場での戦い方	のもつかなモノ・サービスもつぐる EXECUTION 新	技術開拓を兼ねた商品づ	くりで D2C と OEM に力を
山科精器株式会社 課題 従業員の意識改革と製品のブランド構築	^{社具の行動変物を保す} BEHAVIOR 三方。	よしを実践した新しい技術	ソリューション企業への挑戦
株式会社つぼ市製茶本舗 課題 お茶文化の衰退と若年層へのアプローチ	_{実験と失敗を値り返す} PROTOTYPING	堺お茶文化を	絶やさないための試行錯誤
生野金属株式会社 製缶事業での新たな価値創出とビジョン	***E##*** VISION	0を1にするイノベー	ションカンパニーへの変革

魅力ある物語を発信する STORYTELLING

EXECUTION

新技術開拓を兼ねた商品づくりで D2C と OEM に力を



ビジョン

中小工場を かっこよくする

アイデンティティ

自分たちが本来何のために事業をするか。 その美意識による自社の価値観 (モノサシ)

常にベストを目指して 変化するかっこよさ



事業者が、「どんなトレーニングがしたいか」 という想いをベースに、アイテムの セッションが展開。







試行錯誤していきます。よい商品を作れるように

売れるものから、自分が欲しいものへ の考え方のシフト。 VUCA時代だからこそ、消費者とし ての試行錯誤を。

魅力ある物語を発信する STORYTELLING

梅のサードウェーブを 起こすためのカルチャー発信

濱田のデザイン経営 成果発表

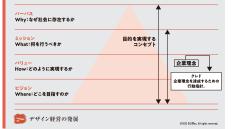


生産×加工×販売=6次産業を実践



🥵 濱田について

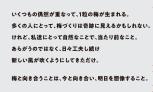
社内・外の点と点をつなぎ、 とことん梅と向き合い、勝負する土台を作る。



梅の民として。

生き方 方向性 文化

言 コンセプト



日々、その繰り返し。 その姿はまっとうで、かっこよくて。 生き方 方向性

文化

📑 ステイトメントコピー

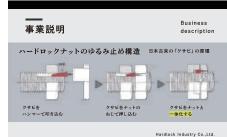
そうあり続けられるように。

自社の向かう道のりを改めて見直し、 梅のサードウェーブを起こすための口 火を切る石上邑のメインカルチャーを 発信する。

社内外の仲間を巻き込む COLLABORATION

哲学と技術の融合で 自社の価値を世界に発信











首尾一貫した「発明と哲学」を伝える ためのコンセプトとデザインを、わか りやすく、社内と社外に伝えていく事 とその覚悟。