

問題発見型／解決型学習(FBL/PBL)
テーマ提案（学生募集内容） / Project Proposal

テーマ名称 Project name	新しいサービスのデザイン: 機能を価値に作り上げる
実施責任者 Instructors	経営管理大学院 准教授 山内 裕
実施協力者 Collaborators	[所属] [職名] [氏名] 辰巳明久 京都市立芸術大学 舟越一郎 京都市立芸術大学 渕野信也 株式会社ハセラボ 寺崎幸子 株式会社ハセラボ 橋本憲一 株式会社ハセラボ 兼 有限会社梁山泊
テーマの背景 Background	<p>新しいカテゴリのサービスを社会に導入するためには、様々なデザインの側面を作り上げなければならない。例えば、そのサービスが理解できるように既存の制度・言語と節合し、また新しい価値を浸透させるために新しい文化を構築する必要がある。本 PBL では、実際に新しいサービスを実現しようとしているスタートアップの協力を得て、実際にマーケットに新しいサービスを導入する立ち上げ過程を学ぶことを目指す。実際に商品を試行的に市場に出し消費者の反応を理解し、デザインを修正していくこと、新しいマーケティングのチャンネルや戦略を考案すること、などに取り組む。</p> <p>具体的には、高齢者で咀嚼や嚥下に障害がある方々のための飲食サービスをデザインする。このような健康によいというような「機能性」は、従来サービスの価値と相反する。例えば、嚥下障害用の食べ物は商品としては機能の価値となり、文化的な基準で得られる高級感を失う。また、提供者側がリスクを取ることができないため、やわらかく粘性のあるような消費者にとって単調な食べ物になってしまう。結果的に高齢者は機能ばかりが強調された味気ないような商品を消費するしか選択肢がない。</p> <p>京都大学経営管理大学院の卒業生が起業した会社（株式会社ハセラボ）にて企画、製造、販売を想定している商品のマーケティング計画案出が最終的な成果物である（9月発売予定）。商品は、ミシュランにて7年連続2つ星を獲得している「京・百万遍 梁山泊」で実際に提供されているデザートを加工食品としたものである。現在試作品を作成しており、パッケージデザインを含めて9月には完成予定である。</p>
実習の概要 Overview	<p>机上でマーケティングについてのアイデアを出すだけではなく、商品コンセプトづくり、パッケージデザイン、テスト販売先での顧客接点など、商品開発全般と関わりあいながら、実効性のあるマーケティングデザインを総合的な学んでいく。調査の中では、必要に応じて、インタビューを行い、顧客の反応をみながら実際の人々の嗜好性がどのように向上し購買行動に結びつくのかを観察し、デザインを改良・付加するとともにプランを仕上げていく。</p> <p>株式会社ハセラボにて実際に販売予定の商品がテーマの素材として与えられているため、テキストでは得ることのできない、創業間もない企業の実際の姿を身近で感じることができる点も本実習の利点である。</p>

実施計画、実施場所 Schedule, location	経営管理大学院 有限会社 梁山泊 濱長本店 株式会社 株式会社 ハセラボ オフィス 詳細は実施計画を参照。
履修条件 Conditions for participation	特になし。
募集人数 / Number of participants	2名以上、4名以下
1次募集締切 Application deadline	4月20日(水)
応募資格 Intended participants	特になし。 応募多数の場合には、デザイン学履修者を優先する。
応募方法 How to apply	デザイン学公式 Web の FBL/PBL のページ (下記) から参加申込を行うこと。 http://www.design.kyoto-u.ac.jp/activities/fbl_pbl/
参加者の決定 Decision of participants	4月25日(月)までにメールで参加の可否を通知。 ※1次募集で参加不可となった者を主な対象として2次募集を行う(4月26日～28日)。参加者枠に余裕のあるテーマに応募可能。(原則として先着順)
問題発見や解決に用いるデザイン理論やデザイン手法 Design theories and methods for framing and solving problems	エスノグラフィ、プロトタイピング、インクルーシブデザイン、サービスマーケティング、アントレプレナーシップ、ソーシャルイノベーション
理論や手法の学習方法 How to study theories and methods	サービス科学、エスノメソドロジー、サービスデザイン、組織・コミュニティデザイン
成果の公開方法 Publication of the results	立ち上げたサービスをプレスリリースすることを目指す。そのプレスリリースでは、サービス自体の説明の他、PBLで実施した内容、そこで学んだこと、その成果を示す。
成績評価方法 Evaluation	デザインの実践活動の過程と成果、そしてデザインの理論と方法論の考察を評価する。
特記事項 Special remarks	テーマに関する質問があればメールで受け付ける。 宛先: yamauchi@gsm.kyoto-u.ac.jp

実施計画 / Schedule

コマ Unit	日程 Date	実施内容 Content
1	5月前半	概要、必要なマーケティング調査の共有
2	5月後半	文献、競合製品のマーケティング調査結果報告
3	6月前半	マーケティングの基本要素確定
4	6月後半	デザインの検証、ユーザーへの訴求内容の確定
5	7月前半	プロトタイピングをもとにしたユーザーインタビュー、現場の観察(自家消費、贈答)
6	7月後半	マーケティングプラン案出 デザインの検証・改良 再度実施