



事業シート（概要説明書）

予算事業名		クリエイティブ人材リカレント教育事業			事業開始年度	2016		
事業実績	活動実績	【活動指標名】（実績値/目標値）		単位	2022 年度	2021 年度	2020 年度	
		参加学生等数 ※現状目標値設定なし		人	32/	42/	42/	
		参加大学数 ※目標設定は不要		大学	7/	9/	3/	
		参加企業数 ※現状目標値設定なし		社	9/	10/	3/	
		学生等満足度 ※2023から数値把握予定		率	-	-	-	
		企業満足度 ※2023から数値把握予定		率	-	-	-	
	単位当たりコスト	総事業費	/	参加学生等数	千円	174	125	126
成果目標 (指標設定理由等)	○長期：商品化件数の増加 ○中期：（参加した）デザイン系学生等の県内企業就業者数 ○短期：新規参加企業数							
事業成果	成果 (目標達成状況)	【成果指標名】（実績値/目標値）		単位	2022 年度	2021 年度	2020 年度	
		商品化件数（累計） ※インターンシップでの商品開発には複数年を要する事例が多いため累計		件	45/	44/	23/	
		県内企業就業者数（累計） ※参加年次や就業時期が異なるため累計		人	-	16/	12/	
		新規参加企業数		社	4/	6/	2/	
事業の自己評価 (今後の事業の方向性、課題等)		<評価> 2016から県内外のデザイン系大学とのネットワーク形成のため県内企業の視察等を実施し、大学と連携したワークショップの実施などにより、学生の提案から商品化やブランド開発につながるなど全国でも稀な取り組みであり、県内企業への就業実績もある。 2021年度からは、県内企業のデザインを活用した商品開発の実践研修の機会を確保するため、企業の課題解決につながる企画提案を含めた実践型のデザイン・インターンシップを実施し、参加企業数や視察受入など関係企業数も増加している。 2022の参加者アンケートでは、学生の評価も高く、参加者全員が参加企業の印象がよかったと回答し、県内での就職についても9割が関心を示したほか、7割の企業がデザイン系人材の採用をすすめたいと回答している。 <今後の方向性> 学生・企業ニーズ等を反映しながら、規模の拡充も含め、継続して実施すべき。 <課題> 【1】成果の向上 ①参加学生の就業の関心は高いが、就業は低い。 結果として、大手企業への就業が多い傾向にある。 ⇒都会とは異なる富山の食・住環境などの魅力体験、地域の関係者との関わりなど ②企業（経営者）の、デザイン活用マインドの更なる向上 採用後の企業での具体的な活用、現場での影響力などの理解促進 【2】（成果指標数の増加手段として）大幅な規模拡充が困難 ①参加する企業の確保。 企業負担の増（旅費、試作費、対応従業員の確保など） 特に、小規模事業者はデザイン業務単独での採用が困難。 ②インターンシップ応募者数の確保 民間企業は報酬支給型のインターンシップが増加傾向。 ③受入体制の確保 現在の職員体制や委託費用では困難。フォロー調査コストも増加。						
比較参考値 (他自治体での類似事業の例など)		金沢美術工芸大学のデザイン科の取り組みとして、金沢市や地元企業と連携したワークショップを実施。プロジェクト毎に大学が受託しており、自治体の固定費用は不明。 <a href="https://www.kanazawa-bidai.ac.jp/wp/wp-content/themes/kanabi/pdf/social/booklet2019.pdf">https://www.kanazawa-bidai.ac.jp/wp/wp-content/themes/kanabi/pdf/social/booklet2019.pdf</a> <有給インターンについて> ○リクナビ調査：①2019掲載企業4.6%、②2020アンケート有給参加率16.4% ○キャリアス就活 2022 学生モニター調査結果（2021年4月発行） ・インターンシップ満足状況 84.9% 日数の長さ、社員との接点量、成長感と相関、⇒より実践的な内容が好まれる 今後、学生のニーズを踏まえ実践型（利益影響）＝報酬支給型の増加が想定される						
特記事項								

## 市場の変化

大量生産・大量消費の終焉  
人口の減少 優秀人材の首都圏集中  
海外の競争力アップ

大手メーカーの指示で「ものづくり」

コツコツ真面目

**下請け企業**

納期遵守  
不良率  
低価格  
生産効率

・  
・



大手メーカーを先回りした「ものづくり」

頼りになるパートナー

**提案型自立企業**

商品企画・事業企画力  
マーケティング力  
開発力  
提案力

・  
・

「いままでやってこなかったこと」

**求められることの変化**

## 市場の変化

大量生産・大量消費の終焉  
人口の減少 優秀人材の首都圏集中  
海外の競争力アップ

## クリエイティブな人材確保

- ・県内企業への就業意欲の醸成
- ・県内企業醸成の魅力発信・デザインの土壌をつくる
- ・県内企業のデザイン活用と商品開発に関する研修機会確保

頼りになるパートナー、提案型自立企業で

**企業の高付加価値・競争力強化**

大手メーカーを先回りした「ものづくり」

頼りになるパートナー

## 提案型自立企業

商品企画・事業企画力

マーケティング力

開発力

提案力

・

・

## クリエイティブな教育 (美術大学・芸術大学)

アート

絵画・彫刻・・・

工芸

陶芸・彫金・・・

デザイン

グラフィック・プロダクト・スペース・・・

豊かで、暮らしやすい生活を創造すること

### アイデアを生み出すための教育

既成概念を壊すトレーニング

さまざまな方向からの視点をもつトレーニング

市場/ユーザー分析・客観的に見るトレーニング

未来志向・ユーザー思考のトレーニング

### アイデアを具現化するための教育

思考を伝えるトレーニング(スケッチ・レンダリング・図面)

モデリングのトレーニング

プレゼンテーションのトレーニング

ユーザー評価方法のトレーニング

**Core form values**

The sketching started with defining three core form values that would be used for the overall design. The three values were broken down in similar words to more thoroughly define the meaning of the different concept directions. Important features were also identified such as cold finger friendliness and glove friendly ergonomics.

- Glove friendly features.
- Cold finger friendly Features.

**Use friendly**

**Concept - User friendly**

The idea was to design an inviting and friendly spray gun that feels reliable and easy to use. The key sketch for the concept was perceived as having an ergonomic look with big interactive parts and a friendly look.

**Robust**

**Concept - Robust**

The robust concept was aiming at conveying a steady and compact design while keeping the spray gun small. This concept is using the hose connector as a part of the handle in order keep the size to a minimum.

**Premium**

**Concept - Premium**

The premium concept focused on making a slightly more distinct design with a clear direction. Experimentation with friction patterns were explored to give the gun a detailed look.

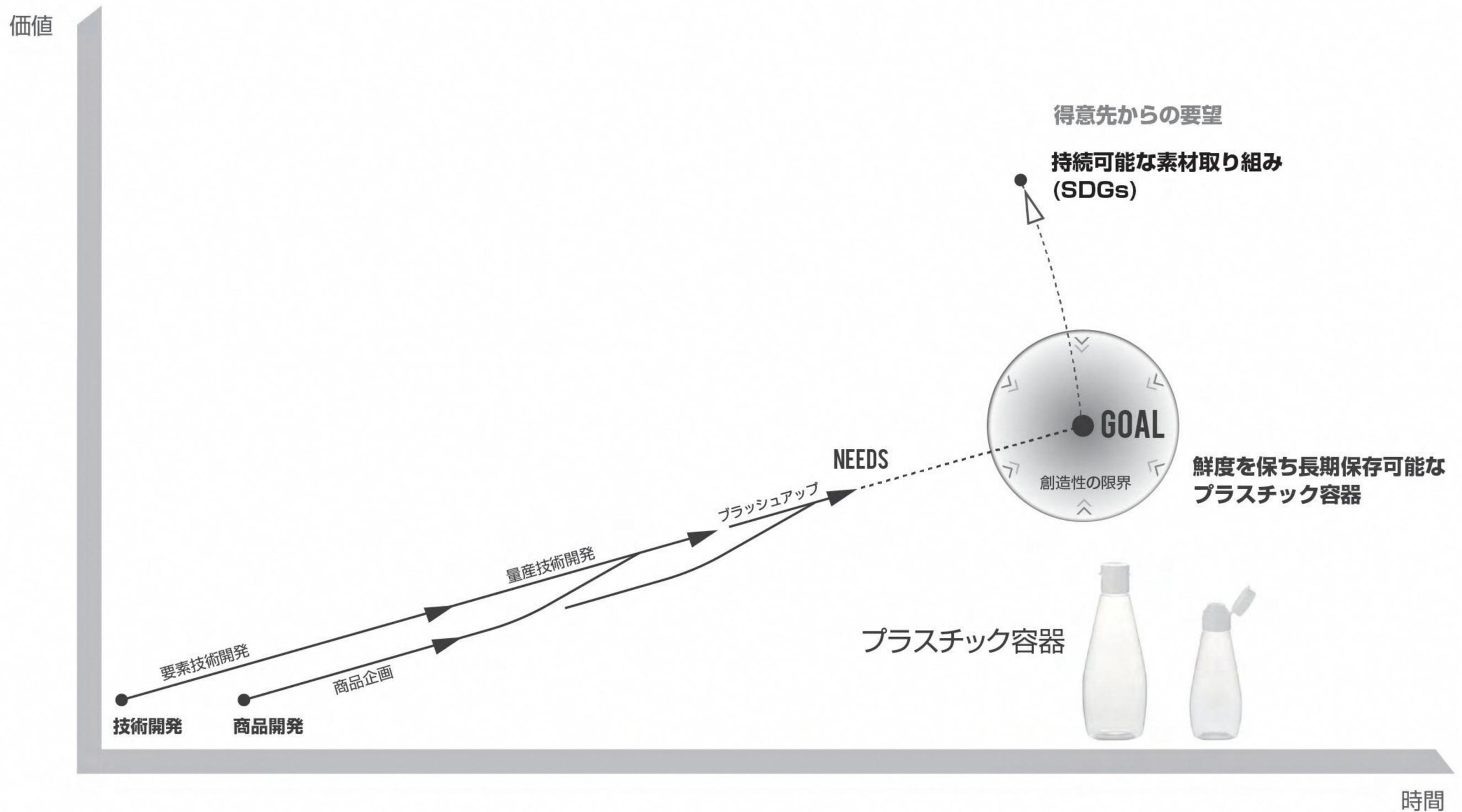
**Concept evaluation & user studies**

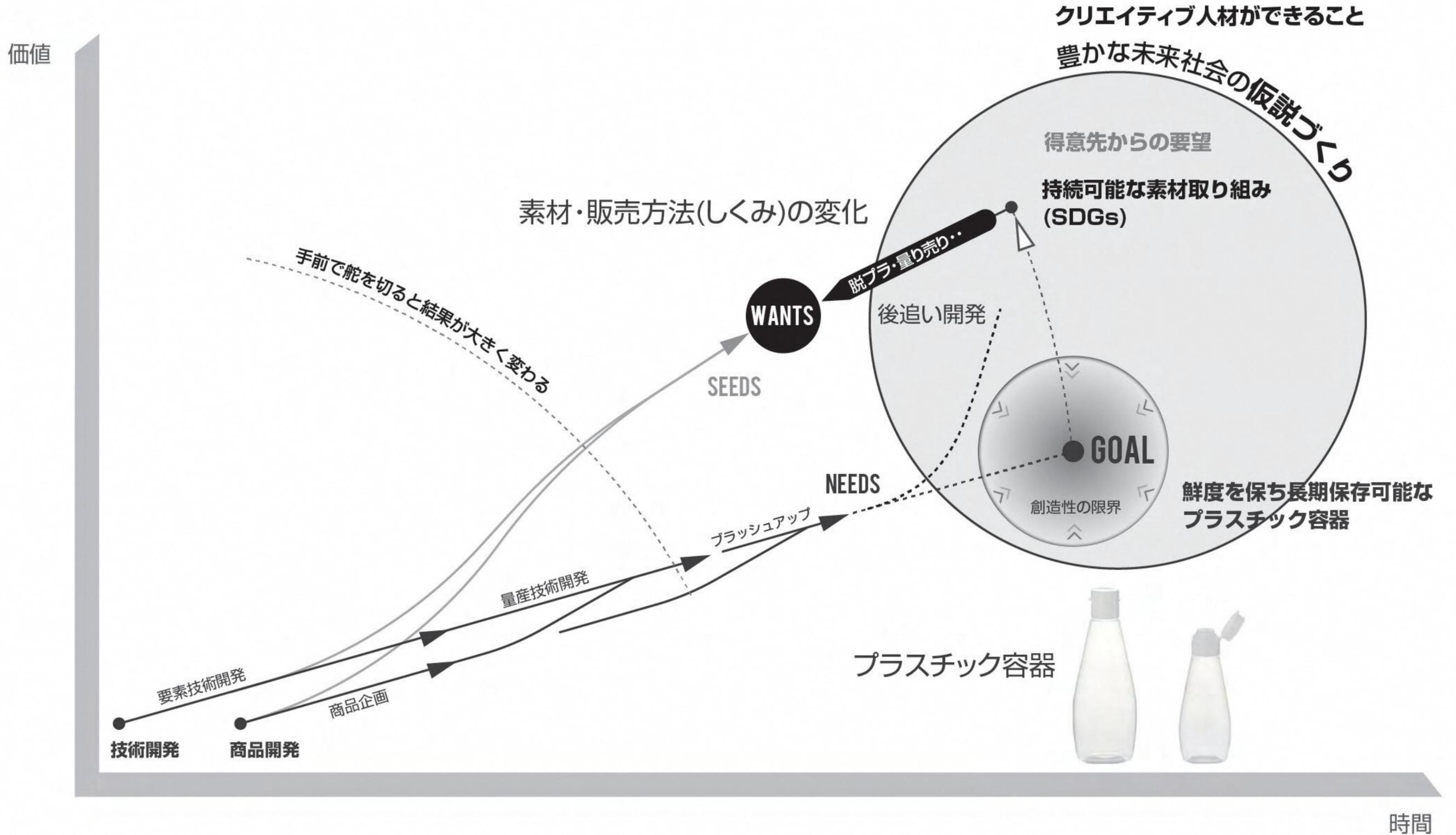
User studies were conducted with the defined concepts. This was done through foam models and interviews and was primarily focused on the ergonomic and semantic aspects of the concepts. An evaluation with the brand design manager at Gardena was conducted. The concepts were matched against the form values that were defined in the initial sketch phase.

**Further development**

The concepts were combined mostly from the "robust" concept into a new design that was further developed. The final design proposal was defined and further evaluated with users which led to adjustments such as elimination of the previous lock-mechanism on the sides of the handle. This due to the lack of semantic and ergonomic quality. A rough painted foam model was done to verify colour usage and overall ergonomic performance. A CAD-model was also created in Rhino to define all details on the model.

デザイン思考・デザインシンキング





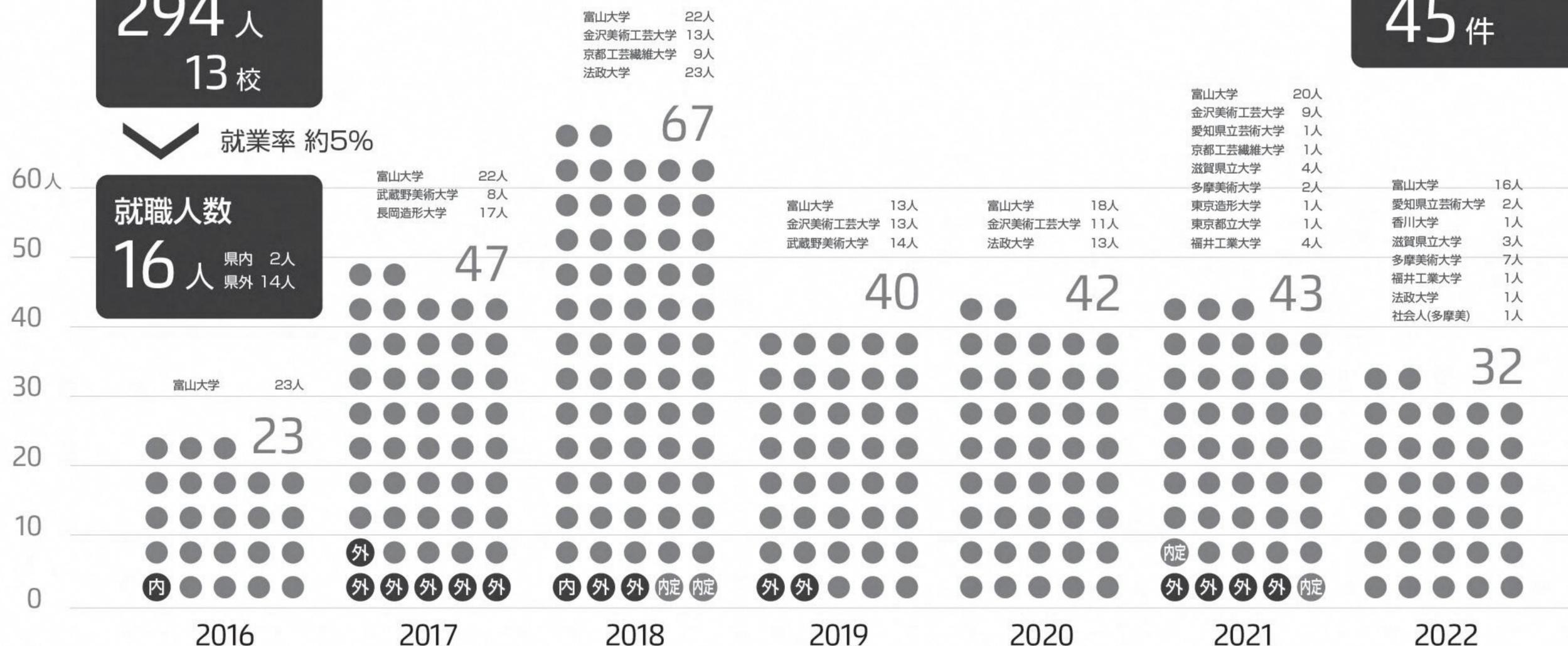
参加学生人数

294人  
13校

就業率 約5%

就職人数

16人  
県内 2人  
県外 14人



協力企業

26 社・団体

助野(株)

(株)二上  
(株)山田写真製版所  
中越パルプ工業(株)  
県美ミュージアムショップ

(株)ウイン・ディー  
井波彫刻協同組合  
(株)ナンゴ  
(株)能作  
(株)小泉製作所  
(株)富山プレート  
助野(株)  
とうざわ印刷工芸(株)

(株)ウイン・ディー  
(株)平和合金  
(株)カイスイマレン

(株)ウイン・ディー  
IAAZAJホールディングス(株)  
新光硝子工業(株)

(株)ウイン・ディー  
助野(株)  
(株)米三  
三協立山(株)  
三芝硝材(株)  
(株)ジェック経営コンサルタント  
(株)富山とイト  
(株)富山プレート  
(株)二上  
(有)松本魚問屋

(株)今井機業場  
(株)クリエイティブダイス  
(株)米三  
三協立山(株)  
三芝硝材(株)  
田中精密工業(株)  
(株)二上  
(株)宝来社  
(有)松本魚問屋

商品化アイテム 45件 8社・団体

助野(株)・県美ミュージアムショップ+(株)山田写真製版所・井波彫刻協同組合・IAAZA.Jホールディングス(株)・  
新光硝子工業(株)・(株)ジェック経営コンサルタント・(株)富山ヒート・(株)クリエイトダイス

