

売れる理由、 解剖してみない？

売れた商品
ソレが心を射る理由を暴いてみませんか？

開発・営業
両部門での
参加をおすすめ
します！

気になる製品をバラして 価値あるコンセプトを構成する — 「解剖と創造」のデザイン塾 —

普段のものづくりの行程をあえて逆からたどり、その商品が選ばれる理由を読み解きます。

そこに込められた価値を知ること、ものづくりの考え方が変わります。

商品開発や改善のヒントを得たい方におすすめの実践的セミナーです。

第1回
2026. **10.16** 初回
無料

全5回 10/16, 11/20, 12/25, 1/15, 2/12
(各回10:00~17:00)

会場 栃木県庁内会議室

募集
上限 10社 (1社2名まで)

参加費 第2回~第5回：10,000円/社
(単独回での参加も可能)

講師

株式会社クルー
馬場 了

日本大学芸術学部美術学科工業デザインコース卒業。
同年鈴木自動車工業(株) (現スズキ)に就職、
デザイン課に勤務し新商品開発に従事する。
1982年(株)クルーを設立し代表取締役役に就任。
日本大学芸術学部デザイン学科講師。
(公財)日本デザイン振興会グッドデザインフェロー。

昨年度受講者の声

モヤモヤしていた考えが整理できた

部門を超えて共有したい内容だった

発想や直感の大切さを再認識できた

営業・開発の固定観念を見直せた

商品開発の見方が広がった

今後のものづくりの土台になると思う



お問い合わせ

栃木県産業労働観光部工業振興課地域産業担当

TEL：028-623-3198 FAX：028-623-3945 Email：kougyou@pref.tochigi.lg.jp

※お申し込みは裏面の申込書にご記入ください。(応募締切：10月9日)





主催者より - 「デザイン」とは-

本セミナーで扱う「デザイン」とは、見た目の美しさだけを指すものではありません。人や社会、そして未来をより豊かにするために、製品やサービスにどのような価値を込めるかという考え方そのものを意味しています。

こうした「デザイン」は、開発部門だけで生み出せるものではありません。営業部門には、お客様や社会の声に日々触れているという大切な役割があります。開発部門と営業部門が手を取り合い、それぞれの思いや気づきを重ね合わせながら、より良い商品を生み出していく。その過程や関係づくりもまた、「デザイン」の一部だと考えています。社内の一部の担当者だけが理解していればよいのではなく、部門の垣根を越えてデザイン思考を共有し、新たな価値を生み出せる会社へと成長していくことを期待しています。

なお、今回は「Tマーク」を第1回のテーマとして取り上げます。TマークとGマークには、デザインを通じて暮らしや社会をより良くしていくという考え方が込められています。すでにTマークに関心のある方にとっては、製品がどのような視点で評価されるのかを知る機会となります。また、本セミナーをきっかけにTマークに興味を持たれた方は、翌年度の応募に向けてチャレンジを検討してみるのはいかがでしょうか。

みなさんのご参加をお待ちしております！



研修プログラム概要

- DAY 1** デザインのビジネス効果を実感する
Tマーク審査委員に就任する。応募する想定で商品を解剖し、デザインの役割を実感する
- DAY 2** 売れる商品案に仕立てる
他社を含むコンセプト解剖で、ユーザー毎に異なる良い商品条件の秘密を把握する
- DAY 3** 勝ち残る商品要件を整える
仮想したユーザーに満足が提供できるコンセプト3要件を発想し、売れる理由を仕込む
- DAY 4** 伸ばしたい事業の骨格を創る
作り手の得意を活かし、売り手・使い手と3方が利益を共有できるデザインを構想する
- DAY 5** 今までにない事業を着想する
今のビジネスにデザインの発想成果を加えて、明日を拓く事業を着想する
「これからの我が社」というデザインを取り込んだ会社像を社内提案する準備をする

参加申込書

企業名: _____

所在地: _____

連絡先: _____

業 種: _____

申込動機: _____

資本金: _____ 円 従業員数: _____ 人

参加者① 役職: _____ 氏名: _____

参加者② 役職: _____ 氏名: _____

参加回 第1回(10/16)、第2回(11/20)、第3回(12/25)、
第4回(1/15)、第5回(2/12)

※○で囲む