

目的

商品分析（強み・弱み）や販売ターゲットの明確化を企業とデザイナーが協働で行い、この結果を踏まえた商品のパッケージデザイン等を作成することで、商品の販売促進・ブランド化を図るとともに、デザインの創造・保護・活用に対する意識啓発、制度普及を図る。

実施内容・形式

対象商品の募集／デザイナーの募集

・募集

デザイン対象商品提供者
：東北管内の中小企業等（6社程度）

デザイナー
：東北管内のデザイナーを中心に募集

・企業・デザイナーとのチーム決定

：商品特性とデザイナーの作品等を勘案し、今後のワークショップに備え、企業側（経営層、営業や広報担当を想定）とデザイナーとマッチング。

※この時点で企業とデザイナーとで個別のデザイン作成契約の締結を想定

セミナー・ワークショップ等の開催

・セミナー講演

対象：中小企業・デザイナー（一般）
内容：基調講演、事業紹介
開催：オンライン開催

・企業訪問（デザイナー）

・ワークショップ（デザイン検討） （全3回オンライン）

参加：企業、デザイナー、
ファシリテータ（経験豊富なデザイナー）

内容（案）：

- 第1回 商品の分析、ターゲット設定、コンセプト作成
- 第2回 ロゴやパッケージイメージの検討
（必要に応じてネーミングやキャッチコピーの開発）
- 第3回 デザイナーからのデザイン提案に対する検討等

実用化支援

・成果発表リアル開催

実用化に向けたデザインブラッシュアップ、
実用化製品の産業財産権（意匠・商標）
の権利取得等について支援する。

・成果

実用化、及び販売等の促進を目指す。
（目標：翌年9月頃まで）

商品実用化事例

新商品でも



三陸フィッシュベスト（株）宮城県
「ほたての」

リニューアル商品でも



（株）宏八屋 岩手県
高級珍味・うに缶