



## 研究テーマ

- 1 コミュニケーションデザインの研究
- 2 地域の素材・技術を活用した新商品開発
- 3 消費者心理(インサイト)研究



池田 中也

いけだ ちゅうや  
地方資源創成学部

准教授

## キーワード

グラフィックデザイン、ブランディング、広告表現、パッケージデザイン、ロゴデザイン、CI、VI、商品開発、ビジョン、アート、イギリス、海外

特許情報・  
共同研究・  
応用分野など

2021年現在、南九州エリアを主に、中小企業/コミュニティと共にストーリーメイキングからアウトプットまでの開発を実行中。

## 研究概要

Apple 登場以降、デザインの価値の再考が進み、経産省もデザイン政策を進めています。商品やモノそのものの差異がなくなりつつある成熟した世界で、魅力的な商品作りや消費者へのアプローチ方法を考えていかねばなりません。全国で地方創生が行われていることを考えると、他地域との差はどこにあるのでしょうか？それ故、各エリアの“オリジナル”を起点にデザイン(表現)と消費者の接点方法を考えていきます(ブランディング/ストーリー性)。さらに、国内と海外では受け手の考え方は違うため、共通の消費行動も考える時もあります。つまり人間の心理もしくは無意識も留意しながら商品やサービスの開発・研究します。加えて、表現方法・アートワークそのもののも研究して参ります。

## 1 コミュニケーションデザインの研究

デザイン(パッケージやロゴ・広告)は製造・生産者と受け手(消費者)との間を取り持つ存在です。故にコミュニケーションデザインと呼ばれます。時に、デザイナーはこの分野において“お医者さん”とも言われます。何が問題点で、解決法は何なのかを分析・改善するためです。それぞれの作り手の想いを十分に伝える方法は何なのか、移り行く時代でそれに即した表現方法を共に考えていきます。



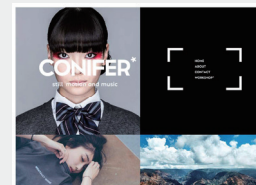
●DENKENWEEK



●ワタナベカシオ



●ロゴデザイン



●HP デザイン P/©宇秋智康

## 2 地域の素材・技術を活用した新商品開発

クリエイティブにおいて「見たことがない」ということは至上の価値です。それらはプロダクトにも同様に言えることです。そのため、商品開発段階からクリエイターと一緒にアイデアを提供し開発に臨むこともあります。また、地域においては日常すぎて、見落としている場合もあります。それらの価値の再確認を促します。路傍の石ですら地域のオリジナルであることは重要な視点です。さらに、地域で商品開発に従事する方々のデザインやブランドへの向き合い方についても研究していきます。

## 3 消費者心理(インサイト)研究

受け手(消費者)の今の気持ちを掬(すく)うことも、デザインにおいては重要な要素です。消費者は本当に良いモノ・美味しいものが好きで、彼らの生活に“一緒にいてもいい”モノが欲しいのです。世の中の流れを考えると、エコや SDGs を考えた商品開発は企業のブランド戦略にも良い結果をもたらす可能性があります。

## ホームページ

[https://www.instagram.com/8noji\\_design/](https://www.instagram.com/8noji_design/)

## 技術相談に応じられる関連分野

・ブランディング全般(理念コンセプト開発→商品開発/パッケージデザイン/広告/HP デザイン 開発/社会貢献)

## メッセージ

国内トップの企業でクリエイティブに従事し、海外でも経験があります。時に細かく、時に俯瞰でサイエンス(データ)とアート(クリエイティブ)を行き来しながら、未来を見据えたブランドのあり方を、共に考えていきます。デザイン開発に関心のある方は、お気軽にご連絡ください。