

商品化支援フロー

マッチング期間

交流会やマッチング会等を開催し、デザイナーと県内企業の協業を促す期間です。コンペ作品の商品化だけでなく、企業オリジナル商品のデザイン依頼が発生することもある。

リデザイン期間

コンペ作品商品化のために、量産に適したディティールの調整や素材の変更などを行う期間です。デザインセンターがデザイナーと企業の間に入り、試作を繰り返しながら商品化を目指します。

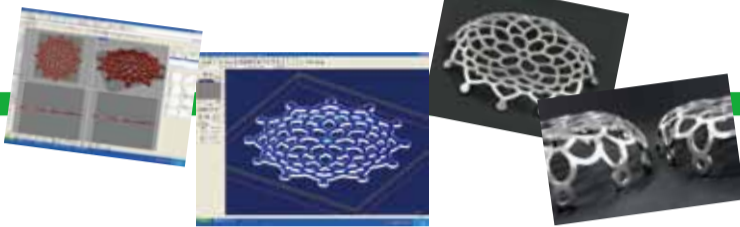


LOTUS

2007 入選
■磯野 梨影

県内メーカー
商品化希望

デザインセンターでリデザイン



県内メーカーオリジナル商品

全国販売



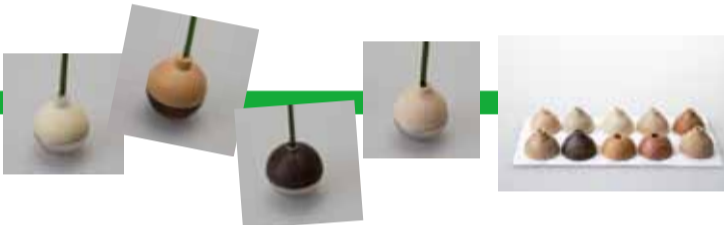
KUSA

2006 とやまデザイン賞
■SWITCH DESIGN

県外販売元
商品化希望

県内メーカー
製造希望

デザインセンターでリデザイン



OEM商品として県内生産

全国販売



ころびたっ

2009 とやまデザイン賞
■渡辺 仙一郎

県外販売元
商品化希望

県内メーカー
製造希望

POINT

商品開発に慣れている企業とのマッチングが成立すれば、デザインセンターの試作支援なしに商品化へのステップが進んでいく場合もあります。

県内生産断念・県外生産

全国販売



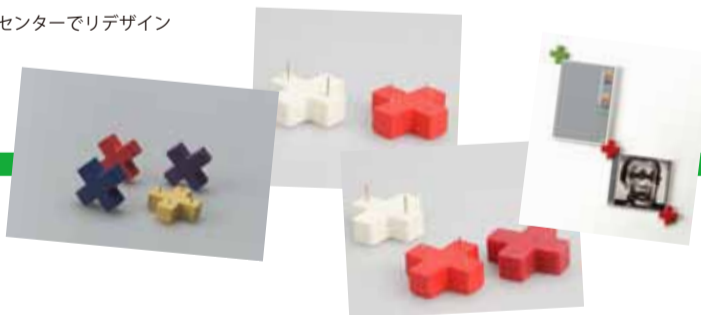
CROSS+POINT

2004 準とやまデザイン賞
■五十嵐 広威

POINT

なかなか企業側から商品化の手が挙がらない場合や、コンペ授賞作品でない場合でも、審査員からの評価が高く、市場性がありそうな作品については、デザイナーとセンターで自主的にリデザインを進めることがあります。

デザインセンターでリデザイン



少量生産、県内イベントで

限定販売



TREE

2006 入選
■NIIMI

デザインセンターでリデザイン



POINT

すべての授賞作品、すべての支援作品が確実に商品化される訳ではありません。試作開始時点では予測できなかった製造上の問題や類似商品の発見、販売希望企業不在などの理由で商品化を断念することもあります。

商品化断念