



研究調査摘要

2011

大阪府産業デザインセンター

■平成22年度の研究テーマ

ビジネスマッチングブログの開発……………P. 1
-オープンソース CMS によるビジネスマッチングサイト構築・運営に関する研究-

プレイフル・デザイン・スタジオの構築・運営に関する研究……………P. 3
-こどもから学ぶ・おとなが変わる-

■平成23年度の計画……………裏表紙

ビジネスマッチングブログの開発 <http://bmb.oidc.jp/>

ーオープンソース CMS によるビジネスマッチングサイト構築・運営に関する研究ー
川本誓文・西村睦夫、中西 隆・竹田裕紀・新田 仁・朴 忠植（大阪府立産業技術総合研究所）
アドバイザー 木下敏夫（大阪府産業デザインセンターデザイン専門委員、TKTools 代表）

1. はじめに

関西圏のものづくり中小企業やデザイン、サービス業などへのブログを活用した情報発信インフラの提供と、会員相互のビジネスマッチングを目的とした「ビジネスマッチングブログ（以下BMB）」は、平成22年度末で立ち上げから4年を経過し、毎年約100名増のペースで順調に会員数を伸ばしている。（平成23年3月末現在402名）

2. BMBの新機能

22年度は、ソーシャルネットワークのfacebookが大ブレイクした年であり、昨年度からのtwitterブームを含め、中小企業がSNSをビジネスツールとして認識し、本格的に活用を始めた年でもある。BMBではfacebookとの積極的な連携を図るため、ソーシャル・プラグインと呼ばれる「いいね！」ボタンの機能（図1）を、BMBのブログ記事に表示させ、会員間のより親密なネットワークをfacebookユーザーにも広め、新たなコミュニケーションを促進することとした。この機能は、「いいね！」ボタンをクリックすると、BMBの記事情報が、自身のfacebook掲示板や友だちのお知らせなどに表示されることで、より多くの人々がBMBの記事を目にする機会が高まるというものである。

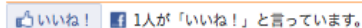


図1 facebook「いいね！」ボタン

さらに、facebookにログインしなくても、企業情報が見られるfacebookページの機能を利用し、ブログや自社サイトに「Like Box」を表示させるBMB会員が増えてきたことから、BMBでもfacebookページの表示サービスを新たに始めた。（図2）

このように、facebook、twitter、YouTube、外部ブログなどが提供するプラグインを効果的に活用することで、BMBを情報発信のハブとして位置づけるプラットフォーム戦略を推し進めていくことができるだろう。



図2 facebookページの表示例（左下）

3. BMB活動実績

■BMB勉強会（オフ会）

2, 3ヶ月に1回の割合で、ITの先端技術やデザインの専門知識、中小ものづくり企業の技術紹介など、時流に沿ったテーマでBMB会員同士の顔の見える勉強会・交流会を定期的に行い、リアルなマッチングの場づくりを行っている。



- ・第13回勉強会（オフ会）「twitter企業活用事例他」 4/23 参加45名



・ 第14回勉強会 (オフ会) 「デザインマッチング・プレゼン大会 in MOBIO」 6/23 参加41名



・ 第15回勉強会 (オフ会) 「テクノステージ和泉ビジネス連携サロン」 7/28 参加70名



・ 第16回勉強会 (オフ会) 「色に懸ける匠たち」 10/1 参加39名



・ BMB&MOBIO フォーラム [新春座談会] 「中小企業が儲かるための仕組づくり」 1/12 参加75名

■ BMB インタビュー

BMBへのブログ投稿やマッチング成果など、貢献度に応じて、会員企業の紹介をインタビューとその報告という形式で行っている。

- ・ 第20回 和紙商小野商店 掲載：5/10
- ・ 第21回 (有)アイ・シー・アイデザイン研究所 掲載：9/23
- ・ 第22回 ナカジマ株式会社 掲載：12/3
- ・ 第23回 株式会社オークマ工塗 掲載：2/25

■ BMB オープンソース分科会関連

BMB自体もオープンソースソフトウェアをベースに開発されたという経緯から、オープンソースソフトの会合への参加や普及講座を不定期で開催している。

- ・ 関西オープンソース 2010 ブース出展 11/5, 6

■ BMB マッチング成果

BMB会員間、または、会員と外部企業とのマッチング成果を掲載。

- ・ 22年度成果17件 (Web サイト制作4件、広報媒体制作3件、プロダクト4件、パッケージ3件、ディスプレイ2件、ネットワーク構築1件)

(川本誓文)

プレイフル・デザイン・スタジオの構築・運営に関する研究

—こどもから学ぶ・おとなが変わる—

川本誓文・西村睦夫、こどもOS研究会（積水ハウス株式会社、大和ハウス工業株式会社、パナソニック電工株式会社、ジャクエツ環境事業株式会社、NPO法人GIS総合研究所、大阪府産業デザインセンター）

1. はじめに

2008年よりNPO法人キッズデザイン協議会に設置された調査研究事業「こどもOS研究会（以下：研究会）」では、ある年代のこどもたちの日常生活に見られる様々な遊びごころ（Playful）を持った、しかも、類似性や共通性を感じさせる動作や行為、環境や事物に対する志向性を“こどもOS”と定義し、観察調査を行ってきたが、この度、産業界へのキッズデザイン推進の一環として、新たなデザイン発想法の基礎となる啓発普及冊子「こどもOSランゲージ」をまとめたので、その内容を報告する。

でデザインイノベーションを起こせるようなデザイン発想ツールの開発を目指すものである。（図2）

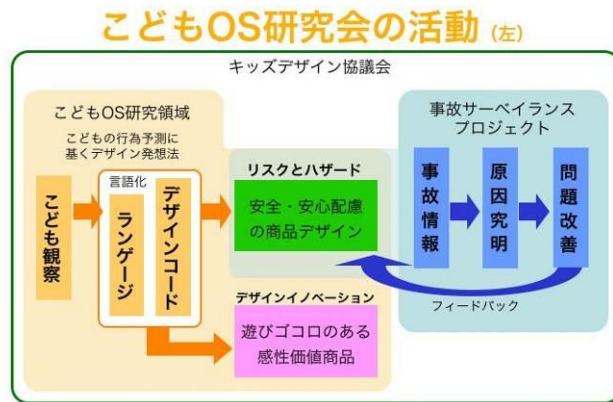


図2 こどもOSのアプローチ

こどもOS

対象：およそ2歳から12歳のこども（小学校卒業まで）

定義：日常生活のあらゆる場面で見られる、こども特有の思考から発現する動作や行為（共通性・類似性）

理由：発達成長、探究心、創造力、好奇心、直感力など

名称：コンピュータのオペレーティングシステム（OS）から命名（こどもたちの衝動）

図1 こどもOSの概念

2. こどもから学ぶ・おとなが変わる

日本でキッズデザインといえば、こども向けの製品や、こどもの安全・安心という言葉が先行している。定義はともかく、度を越した安全社会は、こどもたちに失敗の経験と学びの機会を与えられず、こどもの成長発達を阻害する恐れがある。

研究会では、キッズデザインの概念をより広く捉え、Design for kids（こどもを対象としたデザイン）だけではなく、Kids mind for Design!（こどもの感性をデザインに活かす）というコンセプトに沿って2つのアプローチから創造的デザイン発想に至る道を模索する。

1つは、こどもたちの振舞いから重大事故につながるハザードの環境要素の予測を行い、その芽を事前に摘み取るという方法。もう1つは、おとなの価値感やルールだけでモノの開発を進めるのではなく、こどもから学ぶという逆転の発想を機軸に、デザイナーや企業の商品開発担当者が、遊びゴコロを持つ

3. こどもOSランゲージ

研究会では、研究のベースとなるこどもたちの特徴的な振舞いを捉えるため、身近な町を探索するワークショップを企画・実施し、こどもOSを抽出した。これらは環境から囁きかけてくるアフオーダンスを、こどもたちの豊かな感性が捉えたもので、全ての行為が網羅されている訳ではないが、こどもOSを構成する21の言語（ランゲージ）としてまとめたものが以下である。

1. 通り抜ける路地
2. 囲われ感
3. 登らせるかたち
4. メタ視
5. 対岸へ
6. 揺れるもの
7. アイキャッチ
8. 禁止の誘惑
9. ながら
10. 流れる水
11. マイルール
12. ぴったり探し
13. 触って確認
14. 無意識の感触
15. くぐりぬけ
16. 見立て

- 17. 反復するもの
- 18. アンバランス
- 19. 延長する身体
- 20. 軌跡
- 21. かみさま

4. こどもOSランゲージの意味

こどもOSの持つ意味とは何なのか？ について「マイルール」を例に解説する。同じ色の敷石だけを踏んで、どこまで行けるかを友だち同士で競ったり、低い柵の上を平均台のように落ちずに歩いたら“成功”のように、自分たち（mine）だけのルールを作って遊ぶというような行為を指し、その応用展開は広い。（図3）

なぜ、こどもたちがこのような行為を行うのかを想像するに、まず、2地点間の移動をできるだけ楽しく、退屈せずに過ごしたいというこどもならではの欲求が想起できる。正しいが単調な最短ルートよりも、寄り道の方が時間の経過を忘れさせてくれ、得られるものも多い。また、身体の反射神経や平衡感覚が遊びを通じて自然に鍛えられ、自身を成長に導くというメリットもある。おそらく、こどもたちは後者の理由を意識はしていないだろうから事実是不明だが、成長という遺伝子レベルでの大きな力に衝き動かされているという大胆な予測もできる。



図3 「マイルール」の事例



図4 「マイルール」の解説

5. こどもOSランゲージの解説

このようなランゲージの持つ意味を昇華させ、デザイン発想にどのように結びつけるかについて、事例写真（図4）とともに解説表現の工夫を行ったのでその意図を紹介する。

①ランゲージの解説文

ちょうど片足が乗れるだけの幅があれば、その上を通りたくなる。
平均台のように、飛び石のように。

自分だけのルールをつくって遊ぶ。
何度も何度も繰り返す。

詩のような表現に込めた想いは、特定の現象（行為）のみを意識させず、ことばの持つ抽象性にまで意味を拡張させることで、発想の飛躍を期待するものである。

②こどもの気持ち表現

こどもの行為や思考をストレートに表す9つの「こどもOSキーワード」（図5）の中からシーンに適合することばを選択し、複合的に組み合わせることで、複雑なこどもの心理状態を表現する。

創造（＝環境から行為の可能性を読み取り、ルールをつくって遊ぶ）

感知（＝状態からバランス感覚や跳躍力を磨く）

挑戦（＝決めたルールの達成欲求）

デザイン（ランドスケープ）の分野では、発想手法としてすぐにでも活用が可能であり、まずは、NPO法人キッズデザイン協議会の会員企業にその活用を勧めていきたい。



図5 「マイルール」の事例

③デザインコード

- ・ 色違いの敷石
- ・ 連続とアクセント
- ・ 移行と誘導
- ・ 安全な高さ
- ・ フラットで丈夫な手すり
- ・ 滑りにくい表面

色違いの敷石の並べ方により、マイルールのような行為を起こさせることが可能である。また、ハザードに至る可能性のあるエスカレートした行為や事柄を抑制し、場合によっては防止することもできる。このように、デザインコードは設計者のための設計指針であり、こどもOSをどのように利用するかにおいて参考となるルールである。

6. まとめ

研究会では、こどもの行動観察から「こどもOS」の発見・記録、ランゲージへの落とし込み、さらには、モノづくりの直接的な指標となるデザインコードの抽出までの手法を開発し、その実例集を「こどもOSランゲージ」として集約することができた。

こどもOSランゲージは、建築や住環境、環境



次年度は、「こどもOSランゲージ」を核に、汎用的なデザイン発想ツールの開発にまでステップを進める。その際、住環境デザインのみならず、プロダクトデザインの分野における感性価値商品の創造にまで、活用の範囲を広げられることを視野に入れた研究成果を目指す。(川本誓文)

平成 23 年度の計画

1. ビジネスマッチング・ブログの構築・運営に関する研究

[研究担当者] 川本誓文・西村睦夫、
中西 隆・竹田裕紀・新田 仁・朴
忠植（大阪府立産業技術総合研究
所）
アドバイザー 木下敏夫（大阪府産
業デザインセンターデザイン専門
委員、TKTools 代表）

モノづくり中小企業やデザイナーの情報発信支
援、および、BtoB ビジネスマッチングを目的とし
たコミュニケーションサイト「ビジネスマッチング
ブログ（BMB）」の構築・運営に関し、大阪府立産
業技術総合研究所との共同により開発研究を行い、
その成果を反映させたサイト運営を行う。

2. 「こどもOS」の活用効果に関する研究

[研究担当者] 川本誓文・西村睦夫

特定非営利活動法人キッズデザイン協議会とと
もに平成 22 年度まで実施してきたこどもOS研究
「プレイフル・デザイン・スタジオ」の実践的調査
研究事業から得られたデザイン発想ツール「こども
OS ランゲージ」の産業界への活用普及を図るとと
もに、商品開発演習（ワークショップ）の開催や専
門家からの意見収集により、ツールの効果分析・検
証を行う。

この摘要に掲載した研究は、在阪の中小企業等の企画開発に役立てていただくために実施しています。
内容に関するご質問、詳しい説明や関連資料のご請求につきましては、お気軽に各研究担当者までご連絡
ください。

当センターでは、研究だけでなくデザインに関する相談・指導や人材育成・研修など、デザインを通
じて総合的に支援する各種事業を展開しています。皆様のご利用をお待ちしております。



大阪府産業デザインセンター

（大阪府商工労働部商工振興室経営支援課分室）

〒540-0029 大阪市中央区本町橋2-5 マイドームおおさか 4 階

電話：06-6949-4791 FAX：06-6949-4792

Eメール：info@oidc.jp ホームページ：<http://www.pref.osaka.jp/mono/oidc>

平成23年7月発行