



村上 輝義
Teruyoshi Murakami

主なデザイン活動

S 34年TAT工業デザイン研究所を中央区に設立。S 33年～46年キューピーアルミ鍋シリーズ、調理器具のデザイン開発に先鞭をつける。S 41年ヒューマン・ファクター(株)を千代田区に設立。S 42年三井金属と共同して日用品分野でHF製品の製・販を開始。S 43年TDKのCIS導入を発表。産業界に第一次CISブームを起す。S 53年～56年プリントゴッコ、リソグラフを発表。孔版印刷史上新時代を画す。S 53年東京大学の学位記を刷新、納入開始。旧帝大系では画期的事例となる。

- デザイン開発 ①調理器、体温計、VIDEOライト、コンパクトカメラ他。②計測器、製本システム、HIC直描機他。③CIS、表面処理、梱包規格、各種取扱いマニュアル他。
- 消費者調査 家事と環境、家庭内情報、道具の収納。
- コンサルタント業務 XYプロッタの応用、OA製本機、和・洋雨とい、自販機他、開発支援。
- 講習会 IDセミナー(韓国)、消費者包装研究会(包装技術協会)、中小企業技術者研修(東京都)海外デザイナー研修(JIDPO)他。
- 著者 デザイン小辞典、他論文総説多数。
- 受賞 Gマーク中小企業商品賞、日本デザインコミッテ year間賞、日経広告賞、産業広告賞、他多数。
- 千葉大学、東北工業大学、講師を歴任。現、拓殖大学、県立会津短期大学各講師。

〈所属団体〉(社)日本インダストリアルデザイナー協会、日本デザイン学会、日本人間工学会。

デザインの役割

企業の商品開発は、独自のシーズを基に展開されるがマーケティング志向の企業に成功例は多い。今日、企業戦略上デザインの重要性は広く理解されている。このため、商品開発から販売、宣伝に至る開発支援とコーディネート能力の強化がデザイナーに求められている。しかし、それぞれ企業のグランドデザインが異なるため、大手企業のような組織運営は望むべくもない。マーケティング志向の企業体質であるならば市場において個別化、差別化を図り優位性は得られよう。業際化による事業展開を図る際、もしメリットが得られるのであれば開発コストと時間損失を回避するため、大手企業との共同開発や生産委託により相手方の経営資産を利用するのも一つの方策である。もう一つは、開発経験の豊富なプロジェクトメンバーの支援を受け、技術転移をおこなうことである。地場産業についても“ただやってみよう”から“高度な戦略”までどのような理由であれ、同様なことがいえまいか。

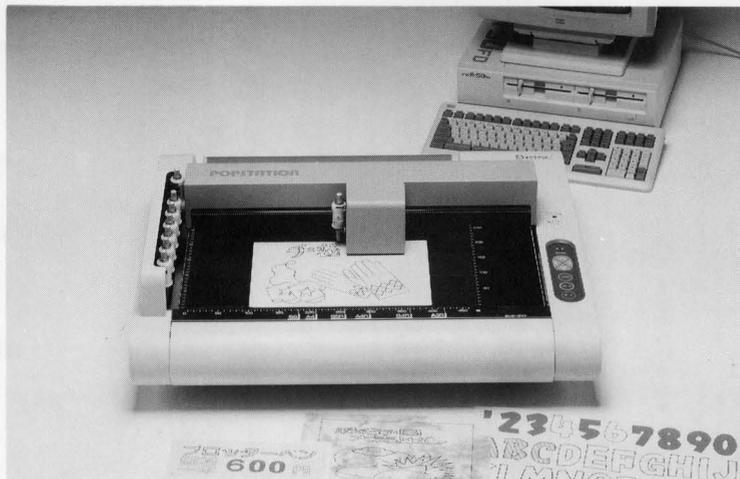
POP文字イラスト描画・カッティングシステム

POPSTATION

S63年5月

●開発意図・デザイン上のポイント

プロッタ用ペン技術を背景にPOP文字、イラスト描画用のデザイナーツールとして開発。自動8色描画、カッティング方式。サクラPOP・VANシステムの利用により、POPセンターからレイアウト入力やデータベース内の各種文字、図形の出力サービスが受けられる。ワープロ方式で、初心者にも簡単に操作できる文具感覚の親しみ易いデザイン。



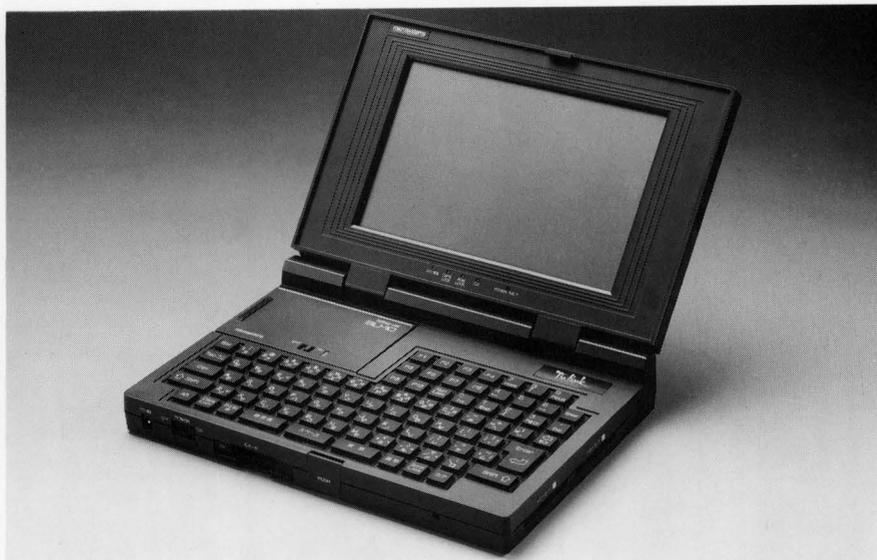
コミュニケーション・プロセッサ

The Book

H11年4月

●開発意図・デザイン上のポイント

大型ディスプレイのコミュニケーション・プロセッサとして、A4ブックサイズにこだわったユーザー・フレンドリーなデザイン。静かなラバーキーとハードキーの二種。リ・ファイルできる各種アプリケーション・ユニットは、情報化社会のマルチニーズに対応。基本OSをROM化。FDD、メモリー、ICカードの3種のメディアを導入、小型化と高速アクセスを実現。本機の出現は、A4ラップトップパソコンの先鞭となる。



ヨーグルト・メーカー

ヨーグルパック

H11年4月

●開発意図・デザイン上のポイント

ヘルシー・フーズ志向世代のニーズに対応した、ホームユースのヨーグルトメーカー。新鮮な牛乳パックを開封して、ヨーグルト菌または、プレーンヨーグルトを混入し、牛乳パックごと本器に入れ、好みの賞味時間にタイマーをセットするだけ。同種の器具にくらべ、最も手軽にホーム・ヨーグルトがつくれる。極限まで小型化を計った少スペース、キュートなデザイン。上記、志向のユーザー調査データが、デザインに生かされている。

