

ニュースリリース
2012年7月11日
株式会社インクルーズ

報道関係者各位

スマートフォンアプリ向け電子書籍
『稼ぐ「デザイン力！」』を App Store にリリース！
現在リリースセールを開催中！86%オフで販売!!

モバイルコンテンツ事業、モバイル広告メディア事業を中心に、事業展開している株式会社インクルーズ(本社:東京都渋谷区、代表取締役:中村徳一、03-5459-7500、以下インクルーズ)と株式会社アーク出版(本社:東京都新宿区、代表取締役:川口渉、03-5261-4081、以下アーク出版)は、

スマートフォンアプリによる電子書籍配信として、『稼ぐ「デザイン力！」』(大口 二郎=著)の iPhone/iPad 向け電子書籍版を7月11日にリリースいたしました。

■サービスについて



【アプリ名】

『稼ぐ「デザイン力！」』

<http://bit.ly/MU7obu>

【サービス開始日】

2012年7月11日(水)

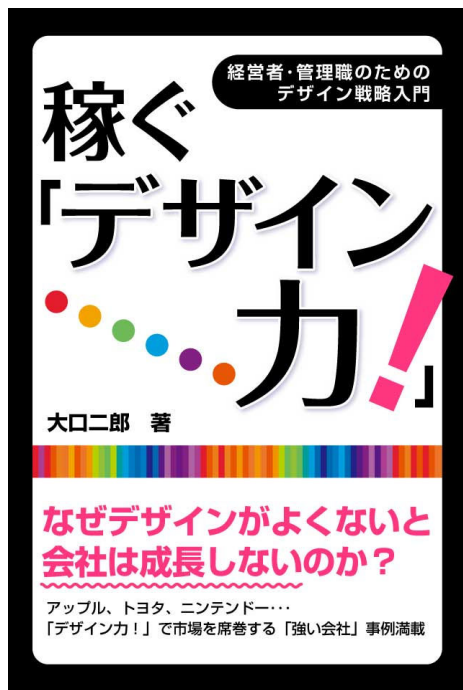
【販売マーケット・価格】

App Store 600円(税込) リリースセール価格 85円で提供(86%オフ!)

【対応 OS・機種】

iOS4.0 以上 iPhone3GS, iPhone4, iPhone4S, 第4世代以上の iPod Touch, iPad, iPad2

【画面イメージ】



3/721

まえがき

まえがき 「デザイン力」は企業を成長させる原動力

商品デザインを、デザイナー任せにする時代は過去のものとなりました。経営幹部は、デザインに対して明確な考え方を持たなければ、利益が出ないどころか会社の存続さえ危ぶまれる時代が来ます。

412/721

第4章 デザインを理解する...

柔軟なアイデアが出る組織づくり

デザインの世界で、新しいアイデアを発想する際に使う手法の一つに、まったく違った言葉を組み合わせる、というやり方があります。

たとえば「車」と組み合わせる言葉として、「タイヤ」となれば普通ですが、あえて違う言葉を組み合わせるのです。たとえば「スイカ」。車とスイカと言われてもまったくピンとこないで

430/721

第4章 デザインを理解する...

ことでしよう。

どんな企業にも、会社を支える革命的な商品やデザインがあるはず。実は、そのどこが時代を捉えたかの分析は非常に重要で、その分析がないと今後のデザインの方針は立てられません。ぜひ一度、会社のデザインを整理して分析し、デザイナー全体に再認識させる作業をしてみたいと思います。繰り返しますが、「連続性」をどう保ち、さらにそのうえで新しいデザインをいかに生み出していくかが重要です。

【作品内容】

ヒットを生む!差別化を図る!付加価値をつける!なぜデザインがよくないと会社は成長しないのか!?「デザイン力」で市場を席卷する『強い会社』事例満載。

第1章 経営戦略とデザイン

- 1 利益を生むためのデザイン
- 2 デザインで付加価値を生む

3 「デザイン」と「スタイリング」の違い

4 自社の強みを生かすデザイン

5 デザインにおける経営者の役割

6 デザインを決定するのは誰?

7 自社のオリジナルデザインを育てる

8 プラットフォーム作り

9 ヒット商品のデザイン

『事例紹介』 有限会社スガイ総業

— 『独自の先進技術で成功、世界最軽量のゴルフカート開発』

第2章 企業体質とデザイン

1 デザインと掃除の共通点とは?

2 企業の「顔」をつくるデザイン

3 「攻めるデザイン」と「守るデザイン」

4 メーカーに必要とされる「サービスのデザイン」とは?

『事例紹介』 株式会社クオリ

— 『強みをデザインに生かす。新規分野で成功』

第3章 時代とデザイン

1 市場調査とデザインの関係

2 幸せにならないモノは無駄

3 デザインの流行

4 「時間」をデザインする

『事例紹介』 株式会社バッファロー

— 『“スピード”に徹するデザイン開発』

第4章 デザインを理解する

1 デザインの進化はどこでわかるか?

2 美人の基準は?

3 ビールと発泡酒の違い

4 デザインのポイント

5 アイデア発想法

6 温故知新を考える

7 インターフェイス

8 「絵」にだまされてはいけない

9 アクシデントに学ぶ

第5章 自社のデザインを強くする

- 1 競争共栄
- 2 デザインの真似

第6章 未来を提案するデザイン

- 1 デザインには「未来地図」が必要
 - 2 「仮説」を設定する
- ストラテジー分析①/IKEA の場合
『事例紹介』 愛知県陶磁器工業協同組合
— 『リサイクル陶磁器「Re 瀬戸」の挑戦』

第7章 コンセプトとデザイン

- 1 デザイナーと漁師の関係とは?
- ストラテジー分析②/日産キューブの場合
- 2 商品企画の三原則
 - 3 ネーミングとデザイン
 - 4 商品化の判断
 - 5 コラボレーションの成功法則
 - 6 異業種への参入
- ストラテジー分析③/iPhone の場合
『事例紹介』 トーヨーキッチンアンドリビング株式会社
— 『先進のコンセプトメイキング力』

-----著者略歴-----

大口 二郎

デザイン事務所コボ。プロダクトデザイナー兼企画部チーフ。慶応義塾大学・経済学部経営学科卒。本田技研工業(株)国内営業部を経て、現在、国内最大級の工業デザイン事務所(株)コボにてプロダクトデザイナー/企画部チーフ兼務。大小様々な企業との500以上のデザインプロジェクトを経験し、デザイン主導で会社を成長させる方法を研究している。デザインした商品で、グッドデザイン賞を5回受賞(本データはこの書籍が刊行された当時に掲載されていたものです)

★IncrewsBooks の facebook ページはコチラ★

⇒IncrewsBooks の新作情報、セール情報をお届けいたします！

<http://www.facebook.com/IncrewsBooks>

★インクルーズの電子書籍情報★

<http://books.increws.jp/>

【本リリースに関するお問い合わせ】

株式会社インクルーズ

広報担当:鈴木 莉奈

TEL:03-5459-7506 Fax:03-6415-3920

e-mail press@increws.co.jp

【株式会社インクルーズ概要】

〒150-0043

東京都渋谷区道玄坂 1-12-1

渋谷マークシティウエスト 18 階

TEL:03-5459-7500 Fax:03-6415-3920

代表者 代表取締役 中村 徳一

事業内容 モバイルコンテンツ事業、モバイル広告メディア事業など

【株式会社アーク出版概要】

〒162-0843

東京都新宿区市谷田町2-7 東ビル

TEL:03-5261-4081 Fax:03-5206-1273

代表者 代表取締役社長 川口 渉

事業内容 書籍の企画・編集・制作・販売

※文中に記載されている会社名、商品名は各社の商標または登録商標です。