

Development

【開発】

カシオがめざしているのは、お客様の潜在的なニーズをとらえて新しい価値をカタチにする需要創造型の製品開発です。そのために必要な企画力や発想力を磨き、常に進化を続けています。

Employee's Voice

暖かみのあるクラフトの世界観をめざして
デザインセンター/村田史奈(右)、大坪由香(左)

pomrieの開発にあたっては、頻繁に話し合いを重ね、考え方や方向性を合わせながら二人三脚で進めました。めざしていたのは、クラフトが持つ暖かみのある世界観です。また、スタンプをつくる楽しさだけでなく、スタンプを使うことの楽しさが伝わるようにも心がけました。



商品企画

製品を使う人の立場に立って考える

カシオは、世の中の既成概念にとらわれることなく、製品を使う人の立場で発想し、常に新しい着眼点で企画に取り組んでいます。

世界唯一のオリジナルスタンプを作れるスタンプメーカー pomrie (ポムリエ) もその一つ。女性デザイナーの提案をきっかけにして製品化を進めた新ジャンルの商品です。女性を中心に根強い人気の手作りホビー市場に着目し、社内外でのアンケート調査や流通関係者へのヒアリングを行うなど、あらゆる角度から調査・検討を重ねて開発しました。言葉に代えて

気持ちを伝えるコミュニケーションツールとして、クラフト系女子を中心に幅広い人気を得ています。

また、水中で会話ができるダイビング用のトランシーバー Logosease (ロゴシーズ) も新しい発想とチャレンジ精神から生み出された製品です。「水の中ではどうして会話ができないのだろう」という素朴な疑問から開発がスタート。レジャーダイビングで気軽に使える水中無線機をコンセプトに、超音波技術や骨伝導技術などを駆使し、水槽や海中でのテストなど何度も試行錯誤を重ねて製品化しました。



pomrie



Logosease



デザイン

色だけではない、多様な素材や質感

カシオは、製品のデザイン表現に「CMF=Color (色)・Material (素材)・Finish (仕上げ)」という手法を取り入れています。製品のバリエーションをつくる際に、カラーだけではなく、素材の質感や表面の仕上げなども幅広く用意することで、同じモデルでも多様な表現を可能にするものです。

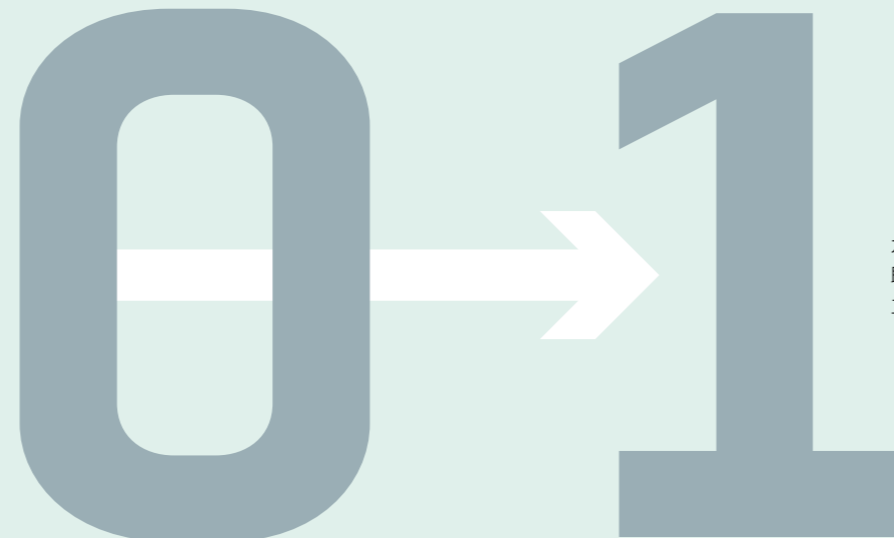
例えば、耐衝撃腕時計 G-SHOCK には、過酷な環境下で長年使い込まれたメタルの風合いをイメージしたモデルがあります。外装パーツには特殊な仕上げとして、ゴールドIP (イオンプレーティング) 処理とブラックIP 処理を二重に施した後に上層のブラックIP 処理を一部はがす独特のエージング加工で、リアルなヴィンテージ感を実現しました。また、タフネスを象徴するメタル製のサイドボタン、りゅうず、ソリッドなラインを

構成するインダイヤル、時分計、立体の時字にゴールドカラーをあしらひ、より質感を高めています。

時計の場合、この手法は針や文字板にはもちろん、バンドなどにも反映され、強烈な個性を放ちます。多様で斬新な製品の表情が、持つ人の自己表現になる。カシオは、そんな新しい価値の提供をめざしています。



Development Policy



カシオの開発ポリシーは「0から1を生む」こと。既成概念にとらわれずにゼロから考え、人々の役に立つ新しい価値を創造するという意味です。