

## 2.1 ワークショップのプロセス

## 1, Marketing Survey

ジョルダン国内および周辺諸国（カイロ、イスタンブール、ドバイ）において、競合商品、売れ筋商品のデザインやカラーの傾向、機能、価格などを調査し、商品デザインの参考とした。

Marketing study in Amman



Marketing study in Istanbul



# 1, Marketing Survey

Marketing study in Cairo



Marketing study in Cairo



## 2, Household Survey

ターゲット消費者について、彼らの生活シーン、生活トレンド、ニーズ、生活機能などを調査し、消費者トレンドにあったデザインを進め商品デザインの参考とした。

Household Survey (High Income Household)



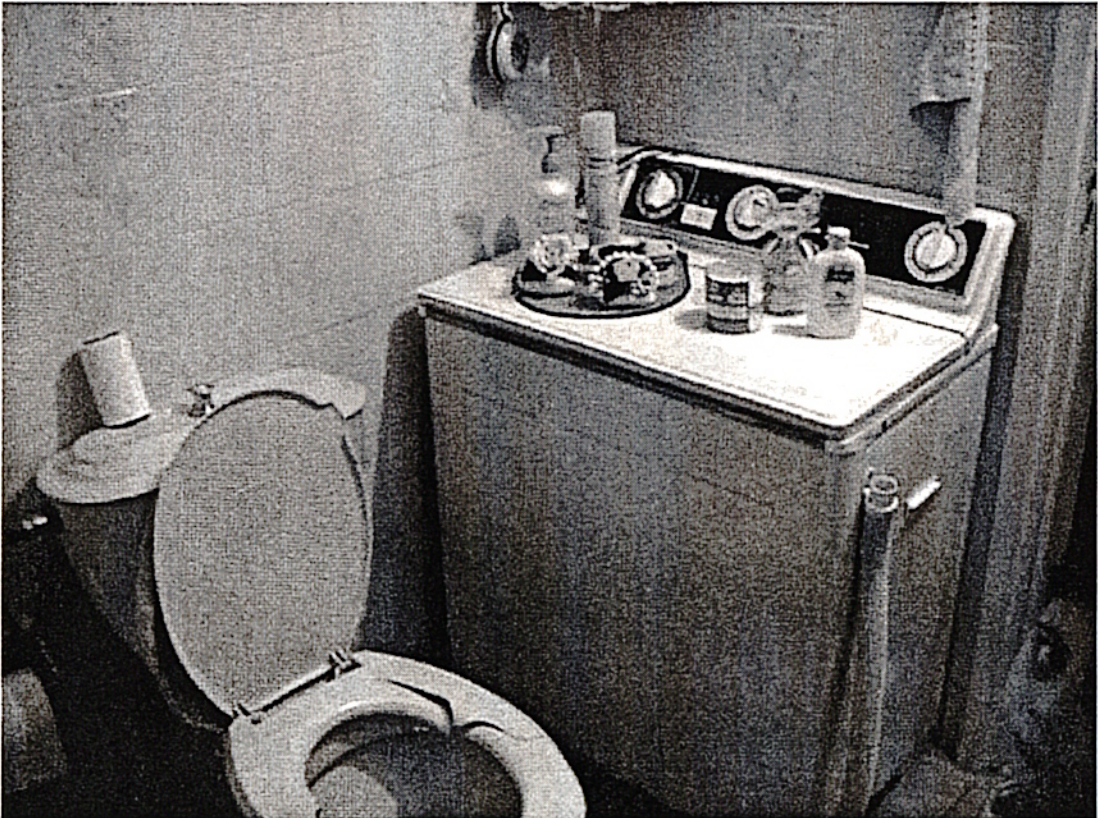
Household Survey (Middle Income Household)



Household Survey (Middle Income Household)



Household Survey (Low Income Household)



### 3. Computer Training

デザインワークに使用する画像処理のソフトをマスターするために、ワークショップ開始に先立ちコンピュータのトレーニングを行った。

Computer Training



Computer Training



#### 4. Image Making

商品の消費者ターゲットを設定し、そのターゲットが持つイメージを生活財の中から選定して写真を貼り込んでいく。そのイメージマップをグループで共有し、デザインの方向を決めていく。

Image Making



Image Map

