



OITA CREATIVE CROSSING 2025



CHANGE WITH CREATIVE

変化を生み出すクリエイティブを

OITA CREATIVE CROSSING とは

課題を持つ県内中小企業と創造力豊かなクリエイターが協働（クロス）することで、付加価値の高い商品・サービスの開発等を目指す大分県の事業です。

大分県新価値創出支援補助金

補助対象事業： 県内中小企業が自社の商品・サービスの付加価値向上のためにクリエイターと協働して実地した事業。

補助対象経費： 業務委託費（クリエイターに支払う業務委託費）等

補助対象事業者： 深掘りワークショップ & マッチングイベントに参加した県内中小企業

補助率及び補助上限： 【通常枠】 補助率 1/3 上限 30 万円
【賃上げ枠】 補助率 1/2 上限 40 万円

詳細は大分県の HP に掲載している補助金交付要綱をご確認ください。

主 催：大分県商工観光労働部 経営創造・金融課
運営事務局：株式会社 Barbara Pool
お問合せ先：oita@barbarapool.com
公式サイト：https://occ.oitacreative-college.jp/



クリエイティブ活用ガイドブック

CHANGE WITH CREATIVE

変化を生み出すクリエイティブ

変化の激しい現代社会、企業がこれまでに培ってきた経験や技術を活かしながら成長し続けるためには、既存の商品やサービスと、新たなアイデアや斬新なデザインを組み合わせ、独自性や価値を高めることが重要です。

本冊子では、クリエイティブ活用の重要性と実際に活用した事例を紹介しています。ご一読いただき、「クリエイティブ」を身近に感じていただけたら幸いです。

OITA
CREATIVE
CROSSING

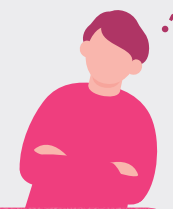
会社のパンフレット
イメージを刷新したい

社内で新規事業を考えて
いるがうまく進まない

既存商品のパッケージ
リニューアルを検討している

SNS を活用して効果的に
宣伝したい

WEB サイトの運用が
うまくできていない



こんなお悩みを
持っている方は

クリエイター活用 を検討してみては？

OITA
CREATIVE
CROSSING

1 クリエイティブ活用について

1-1 そもそも、「クリエイティブ」とは？

広告業界で使われる「クリエイティブ」とは、ポスターや広告物などの「制作物」のことを指しますが、本来の「Creative (クリエイティブ)」は、「創造的な」「独創的な」といった意味の形容詞。もう少し詳しく説明すると、「**独創的なアイデアをもとに、新たなものを生み出すさま**」「枠組みに関係なく自由に発想すること」を意味します。

このガイドブックでいう「クリエイティブ活用」も、これまでの常識や枠組みに縛られることのない自由な発想をもつ、外部（または内部）のクリエイティブな思考を持つ人材を活用することで、自分たちだけでは気付けなかったチャンスを見出し、企業の**競争力向上**に貢献する取り組みのことを意味しています。

1-2 クリエイティブ思考とは？

クリエイティブ活用を担う人材に欠かせないのが、**クリエイティブ思考**です。従来の枠にとられない発想や問題解決のためのアプローチに欠かせない要素です。

既存の製品やサービスを見直し、改善するための新しい視点を見出したり、障害や困難に直面したとき、標準的な解決策に頼ることなく、**独自の解決策を模索**するために必要になるのがクリエイティブ思考です。

1-3 クリエイティブ思考の特長とは？

クリエイティブ思考は「**柔軟性**」「**革新性**」「**実用性**」を重視します。

柔軟性

固定観念にとらわれず、多角的な視点から物事を見る能力は、予期しない問題に対しても、様々な角度からアプローチすることで、解決策を見つけ出します。



革新性

新しいアイデアや手法を積極的に取り入れ、市場に新風を吹き込むことで、企業は差別化された商品やサービスを提供し、競争優位を築くことができます。



実用性

実際のビジネス環境に対応できる実用性を考慮することで、クリエイティブなアイデアは具体的な成果に直結しやすくなります。



クリエイティブ思考は、単なるアイデア生成に留まらず、現実のビジネスシーンに活かすことが重要です。3つの特長を理解し活用することで、市場の変化に対応し持続可能な成長を目指すことができます。

2 クリエイティブ人材の育成

2-1 クリエイティブ人材は企業成長にどのように寄与するの？

クリエイティブ人材は、企業成長に様々なかたちで寄与します。

まず新たなアイデアやアプローチを用いることで、これまで持ち得なかった、従来のビジネスモデルに**新鮮な視点**を加えます。これにより、新製品の開発や既存製品の改良が進み、**競争優位性**を確立しやすくなります。また、顧客ニーズや市場変化に柔軟に対応するための創造的な対応を見出すことも可能です。さらに、その思考方法は、社内の創造的な文化を醸成することで、**社員のモチベーション**を高め、組織全体の**生産性向上**や**イノベーションの創出**にもつながります。

2-2 職場の環境を整えクリエイティブ思考を育む方法

1

オープンなコミュニケーション

全員が自由に意見を共有できる環境を作り、安心して発言できる文化を育てます。

2

多様性の尊重

異なるバックグラウンドを持つ人材を採用し、多様な視点を活かします。

3

リソースの提供

創造的な活動に必要な時間とツールを提供します。

4

失敗の許容

失敗を学ぶの機会と見なし、リスクを恐れずに新しいことに挑戦する文化を作ります。

5

継続的な学習支援

社員が新しいスキルや知識を学びつづけるよう、研修やワークショップを提供します。

6

成果の評価

クリエイティブな成果を達成した際には、適切に評価し、報酬を与えてモチベーションを高めます。

3 クリエイティブプロセスの実施

クリエイティブな思考のもとで課題を解決するためには、6つの主要なプロセスステップがあります。クリエイターと仕事をするときのポイントになりますので、事前に確認しましょう。また、社内プロジェクトでも使えるステップですので、課題解決に取り組む際にはぜひ参考にしてみてください。併せて「アイデア評価シート」を活用すると、アイデアレベルがアップできます！

STEP 1

調査と観察

市場とトレンドの分析

市場データ、トレンド、競合の分析を通じて、業界の現状と将来の動向を把握します。

ユーザー観察

顧客や利用者の行動を直接観察し、彼らのニーズや挑戦を理解します。

STEP 2

問題の特定と洞察の獲得

目的の明確化

プロジェクトの目的や解決すべき問題を明確にします。

情報収集

関連する情報を広範囲にわたり収集し、問題について深く理解するための洞察を得ます。

STEP 3

アイデアの生成

ブレインストーミング

制約を設けずに多くのアイデアを自由に出すセッションを行います。

アイデアの発展

ブレインストーミングで出たアイデアをさらに発展させ、具体化します。

STEP 4

コンセプトの開発

プロトタイプング

選ばれたアイデアを基に、初期のプロトタイプ（試作品）やモデルを作成します。

フィードバックの収集

プロトタイプを関係者やユーザーに試してもらい、フィードバックを集めます。

STEP 6

評価と改善

市場導入

製品やサービスを市場に導入し、顧客からの反応を見ます。

継続的な改善

市場反応に基づいて製品を改善し、必要に応じてクリエイティブプロセスを再度実施します。

STEP 5

実装

製品の詳細設計

プロトタイプを元に、実際の製品やサービスの詳細な設計を行います。

製造・開発

設計に基づいて製品の製造やサービスの開発を進めます。

アイデア評価シート

評価基準	説明	点数 (1~5)
革新性	アイデアがどれだけ新しいか、また独創的な。	
実現可能性	技術的、経済的、時間的リソースを考慮した場合、アイデアを実現することが可能か。	
市場の需要	アイデアに市場の需要が存在するか、または需要を創出する潜在力があるか。	
競争優位性	アイデアが既存の解決策や製品と比べてどれだけ競争力があるか。	
スケーラビリティ	アイデアが大規模に展開可能かどうか。	
持続可能性	アイデアが長期間にわたって環境的、社会的、経済的に持続可能か。	
利益貢献度	アイデアが企業の利益にどれだけ寄与する可能性があるか。	

評価の手順

1

各基準に対して点数を付ける

1 は非常に低い、5 は非常に高いと評価する。

2

点数の合計をだす

各基準の点数を合計し、アイデアの総合的な評価を行う。

3

最高得点のアイデアを選定

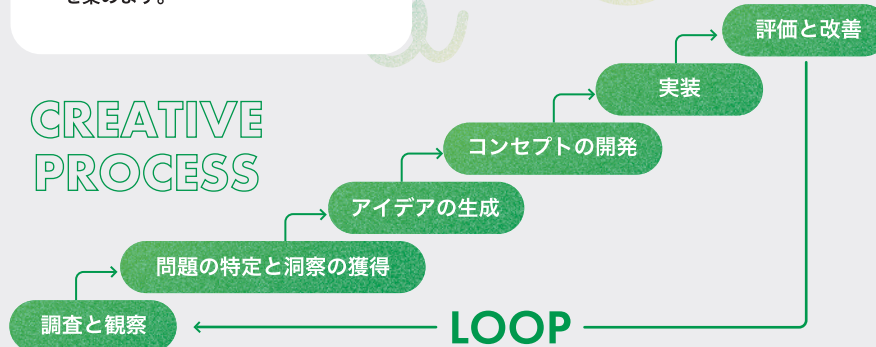
合計点数が高いアイデアを優先的に検討する。

4

フィードバックを提供

点数が低かった領域について、改善のためのフィードバックを提供する。

CREATIVE PROCESS



4 外部と協働したクリエイティブ活用

さまざまな人と協働することで、より有効的なクリエイティブ活用が期待できます。では、外部のクリエイティブ人材にはどのようにアプローチしたら良いでしょうか？実は、大分県内にもたくさんのクリエイターの皆さんが活躍しています。

その一部の方々をご紹介します。

(クリカレ 2022・2023 年度 Leader5 修了者等)

大分県内で活躍するクリエイター
情報はここからどうぞ



大分県内で活躍するクリエイター



Tomoyuki Kandori

神鳥 兼孝 株式会社 GREEN CIRCLE

広告制作 各種デザイン ブランディング
パッケージデザイン等

ビジネスの場において、最も大切な物は「人と人との縁」だと、私たちは考えます。どんなに優れた商品も、出会いがなければ購入されることはありません。企業の想いをコトバにする。形にする。それによって、お客様との商品との出会いを素敵なものにし、人と人を近付ける。縁と縁を結ぶ。それが、グリーンサークルの仕事です。



Teppei Takahashi

高橋 哲平 株式会社スクワットデザイン 代表取締役

クリエイティブディレクター デザイナー

クライアントの想いやアイデアをカタチに変えるお手伝いをしています。メディア・媒体に捉われないデザインワークを通して、カタチにして終わりではなく、ちゃんと「届く」「伝わる」を大切にしながら、ワクワクできるクリエイティブを目指しています。



Kunio Sugimoto

杉本 国雄 INSIGN

デザイナー 特許庁知財総合支援窓口派遣専門家
大分県立芸術文化短期大学非常勤講師

モノやコトの内側にある知性や感性を、外側にバランスよく引き出す事がデザインだと考え、そのために必要な物事の本質を追求する姿勢と情熱は常に持ち続けようと日々頑張っています。



Kairi Mori

森 海里 MORICoLAB

イラストレーター グラフィックデザイナー
中小企業経営支援アドバイザー

さまざまな分野に興味を持ち、お客様と一緒に「楽しい」を共有することを大切にしています。経営支援もっており、クリエイティブなアイデアを通じて地域企業の成長をお手伝いしています。また、お客様と一緒に考えながら、最適な売り方を見つけるお手伝いもしています。皆様と一緒に素敵なプロジェクトを形にできることを楽しみにしています。



Atsushi Yokemura

除村 篤史 CLASSICA inc.

クリエイティブディレクター デザイナー

クリエイティブに求められているのは、今の時代にどのようにして実効性を持つのか？という問いに対する答えと、その企業が持つ歴史をいかに紐解いて一つの文脈に落とし込むか、そして内外の人々の記憶にいかにストックされるかにかかっています。その形の見えないものを一緒に考えていくことが、私たちのクリエイティブの姿です。

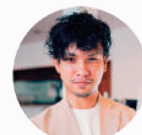
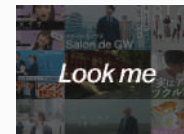


Takehiko Saito

齋藤 岳彦 映像制作ルックミー

ディレクター ビデオグラファー

私以上に技術や経験がある人は世の中にたくさんいる。でも、私が見逃したら、時間とともに消えていってしまうような存在や想いがきっとある。「私がいるから、未来に残せるモノがある」を胸に映像を作っています。



Hiroyuki Quadeer Watanabe

渡部 カディール裕就 バナナラボ合同会社 代表

ウェブサイト制作 システム開発等

小規模企業から大企業まで、用途に合わせて認知度向上、売上増加、顧客サポート効率化を実現するホームページを制作します。貴社の成長を迅速にサポートする提案をお届けします。ぜひ、お気軽にご相談ください！



Takako Watanabe

渡邊 隆子 株式会社 UP 代表取締役

クリエイティブディレクター マネージャー
認定インキュベーション 大分県商工会連合会専門家

商品やサービスにおいて高品質が当たり前となり、他社との差が生まれにくいこの時代。どうしたら自社が選ばれる側になれるのか。どうしたらみんなに喜ばれるのか。オンラインワンの部分を見る化し、その強みを確立することで企業の目指す形を意図し、選ばれ、喜ばれるクリエイティブをご提案しています。



Sachiyo Miyoshi

三好 幸代 Fill Lab

デザイナー

fill=（満たす）「地域デザイナーとして大分に暮らす人々の生活を豊かにする。」をパーパスに、デザインで地域の需要を満たすべく、企業のブランディングから販促周りの商業デザインを中心に活動中。



Shoko Kamei

亀井 祥子 Mof Design

ビジネスアニメーションエディター

ビジネスアニメーションで複雑なサービスを理解しやすくPRします。シンプルで魅力的なアニメーションを通じて、大分企業やサービス / 商品の魅力を伝える。福祉分野の制作にも力を入れています。



5 マッチング事例のご紹介

大分県新価値創出支援補助金 活用事業者

× クリエイター

令和6年度おおいたクリエイティブ活用促進事業で、マッチングした企業とクリエイターが協働し、取組んだ事例をご紹介します。

事業の目的や活用後の効果に合わせて、取組みに向き合ったクリエイターの視点や想いもご紹介しています。協働から生まれた成果をぜひご覧ください。

事例1

株式会社 くだものかふえ

大分県宇佐市南宇佐 2167-6

販売小売・卸売・経営コンサルタント業



Kudamono Cafe.

活用概要

新店舗の外観（ファサード）の検討と言語化、ビジュアル化およびメニュー製品デザイン

工夫された点・乗り越えた課題

「企業のあるべき姿」を体现するためには、すべてのデザインに一貫したビジョンとブランドメッセージが必要だと考えています。飲食店のように多種多様な販促物が数多く存在する場合でも、軸となるコンセプトとデザインルールを定めることで、以前に比べても統一感とブランド認知の一貫性を確保できました。

取り組み後に得られた効果・反応

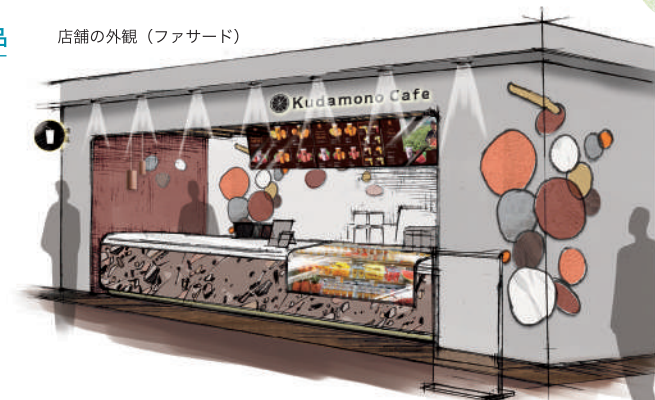
ブランドトーンの再検討と、各種クリエイティブにおけるルールを見直すことで、SNSではユーザーエンゲージメントの向上に繋がりました。（公式LINEアカウントの登録者数は4万人を突破）

今後の展望や継続意向について

地元クリエイターとの協業は、クリエイター自身が地元企業である私たちの課題についてより身近に、リアルに、自分事としてとらえて頂けたように感じます。心理的、物質的に距離の近い地元のクリエイターとの協業はコミュニケーションにおいても大きなメリットを感じました。今後の新規事業においても本事例同様に活用をしていきたいと思っています。

成果品

店舗の外観（ファサード）



メニュー表

パッケージ



Creator

有延 明乗

ファンファーレグラフィクス



今回の取り組みにあたって心がけたこと

クライアントの商品や人にかかる想いや姿勢の深さを知るヒアリングと、それを損なうことなくグラフィックのリニューアルに向けて丁寧にデザインを構築する事を心がけました。

難しかった点や工夫したこと

工夫した点は、自分の手を離れても大丈夫なように汎用性の高い可変式のグラフィックの構築と、難しかった点は最終目的である店舗のイメージファサード作成は何度もヒアリングを重ね、アイデアを出し、トライ&エラーを繰り返しました。

事例 2

株式会社 陶山商店 stockpile ecorio

大分県大分市新川町 2-10-4
リサイクル業



活用概要

自社ホームページのリニューアル

工夫された点・乗り越えた課題

事業開設当初に作成したホームページだったため、事業内容の変化に伴い、ホームページを現状に合わせてリニューアルをおこないました。

取り組み後に得られた効果・反応

リニューアル後は、お客様より「素敵なホームページですね!」「見やすくなりましたね!」といった嬉しいお声をたくさんいただきました。

今後の展望や継続意向について

今回のように「クリエイター」の方とのマッチングにより、自分では気づけなかった内容などを客観的に探ることができ、とても良い経験になりました。今後も機会があればぜひ活用させていただきたいです。

成果品

ホームページ



Creator

神鳥 絵里
株式会社 GREEN CIRCLE



今回の取り組みにあたって心がけたこと

魅力的な ecorio 実店舗に実際に足を運びたいこと、また、EC カスタマーが安心して ecorio と取引出来る信頼を得られるサイト作りを第一目標としました。

難しかった点や工夫したこと

私共のご提案をベースに現場責任者の方の想いと、社長様のお考えを反映させたいと考えたので、ヒアリングを丁寧に重ねてカタチにしました。

事例 3

合同会社 UNITE

大分県大分市数戸西町 15-11
コンサルティング業・農産物販売



活用概要

顧客向け生産者向けのチラシ作成、名刺作成

工夫された点・乗り越えた課題

文章や図形でしかイメージを伝えられませんが、デザイナーがその意図を汲んで形にしてくれました。

取り組み後に得られた効果・反応

米農家には分つき米の良さを理解していただき、販売店からは「面白い取り組み」と好評でした。チラシも分かりやすいと評判で、名刺も伝わりやすくなりました。

今後の展望や継続意向について

米の価格高騰で現在は拡販が出来ず、逆風のようなところもあるが、米の大切さを皆が理解した追い風だと感じて事業は継続していきたいと思っています。

成果品



Creator

竹川 香緒里 SK DESIGN

事例 4

コンディショニングサロンコア・ナチュレ

大分市古国府 3-11-32 カーサイづみ 503
パーソナルトレーニング・講演講座講師業



活用概要

サービス内容を可視化した、ショート動画制作

工夫された点・乗り越えた課題

対面での打ち合わせや、制作時の調整を重ねたことで相互理解が深まりました。

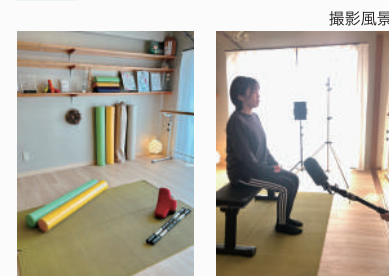
取り組み後に得られた効果・反応

クリエイターに制作してもらったことで、自社のサービスを改めて見直すきっかけとなりました。

今後の展望や継続意向について

引き続き可能であれば、クリエイターとの連携をやってみたいです。次は、別の視点からのサービスの可視化をおこなってみたいと考えています。

成果品



Creator

太田 浩人 有限会社 ステップワン

6 クリエイティブ人材活用ガイド

「クリエイターとの仕事ってどんな感じ？」そんな疑問を持つ企業の方に向けて、実際に現場でよくあるシーンをもとに、よりスムーズに進めるためのヒントをまとめました。

01. 予算とデザインのバランスを一緒に考えます

デザインのご相談では、ついふんわりとした話になりがちですが、「どのくらいの予算で、どんな成果を目指すか」はとても大切なポイントです。価格が安ければいい、高ければ安心、という単純なものではなく、取り組む内容の費用対効果や、クライアントさまの価値・知的財産としての側面を含めて、一緒に最適な予算配分を考えさせていただくと嬉しいです。



02. ご依頼内容の整理から始まることもあります

お話を伺っているうちに、「本当に解決すべき課題は別のところにあるのでは？」と気づくことがあります。そうした場合は、目的や方向性から一緒に見直させていただくことで、より効果的なご提案ができることも。少しお時間をいただくこととなりますが、全体を俯瞰して進めることで、結果的によりよいアウトプットにつながりますので、ご理解いただければと思います。



03. イメージのすり合わせにご協力をお願いします

ご依頼時にイメージが曖昧なままだと、完成後の「思ったのと違う」というズレや、修正の回数が増える原因になります。初期段階でのイメージの共有や参考資料のご提示など、お互いの認識をすり合わせることでスムーズな進行につながりますので、ご協力をお願いします。



04. スケジュール共有が大切です

納期に対する認識の違いや、ご確認・ご連絡のタイミングの遅れが、スケジュール全体に影響を及ぼすことがあります。制作には確認や調整の工程も含まれるため、余裕をもったスケジュール設計と、双方の情報共有がとても大切です。



FAQ クリエイターとの協働でよくあるご質問

Q1

クリエイターとの連携を始める際に最初に考えるべきことは何ですか？

まず、自社の課題や目標を明確にすることが大切です。その上で、クリエイターにお願いすること、期待する成果を具体的に定め、共有できるようにしましょう。

Q6

プロジェクトの進行中に変更が必要になった場合、どう対処すべきですか？

変更が必要な場合は、まずクリエイターと十分に話し合い、変更の理由と影響を共有します。合意の上で新たな計画を立て、契約内容の修正が必要な場合は正式に手続きを行います。

Q2

どのようなクリエイターに相談すべきですか？

自社の課題に適した専門知識やスキルを持つクリエイターを選ぶことが大切です。過去の実績を確認し、自社の価値観に共感できるクリエイターにまずは相談してみましょう。

Q7

クリエイターの提案が自社のイメージと異なる場合、どう対応すればよいですか？

クリエイターの提案の詳細を理解した上で、自社の意見や要望を具体的に伝えるようにしましょう。建設的な対話を通じて、双方が納得する解決策をみつけましょう。またイメージの相違を避けるために、提案前に、事前に提案ラフをもらうという方法もあります。

Q3

クリエイターとのコミュニケーションはどうすれば円滑になりますか？

特に初めての取り組みの際には、定期的なミーティングを行い、進捗状況を共有することが大切です。また、クリエイターの意見やアイデアには傾聴し、積極的に意見交換の姿勢を持つことが信頼関係につながります。

Q8

プロジェクト終了後の情報交換は必要ですか？

可能な限り、必要だと考えます。実際の成果評価もでき、クリエイターにとっても重要な機会になります。また、今後のコラボレーションや改善点の確認に役立ちます。

Q4

予算はどのように設定すれば良いですか？

クリエイターへの相談内容の範囲や目標を明確にした上で、まずは一度クリエイターに相談してみましょう。双方が納得する金額を決めることが大切です。

Q9

成功するプロジェクトのために重要な要素は何ですか？

大きく3つあると考えており、「明確な目標設定」「適切なクリエイターの選定」「効果的なコミュニケーション」です。依頼主側がクリエイターにしっかりと情報を伝えられていないとうまくいきません。

Q5

クリエイターとの契約において注意すべき点は何ですか？

契約書には、取り組みの範囲、スケジュール、報酬、知的財産、機密保持など重要事項を明確に記載しましょう。お互いの責任と権利を明確にすることがトラブル防止につながります。

Q10

クリエイターとのコラボレーションを通じて得られるメリットは何ですか？

クリエイターとのコラボレーションは、新しい視点やアイデアの導入、ブランドの強化、製品やサービスの差別化、マーケットでの競争力向上など、多くのメリットにつながる可能性があります。そして、クリエイターとの信頼関係を構築した上では、ビジネスの成長が期待できます。