

府中商品開発チャレンジ研究会と+F project への 支援から考える地域製造業への産業デザイン導入のあり方

橋本晃司, 中村幸司, 古川 昇, 高橋伸幸^{*1}, 宮 睦明^{*2}

An Ideal Way of Industrial Design Introduction into Regional Manufacturing Proposed from the Supporting Experience to Fuchu Challenging Research Society for Product Development and +F project

HASHIMOTO Koji, NAKAMURA Koji, FURUKAWA Noboru, TAKAHASHI Nobuyuki and MIYA Mutsuaki

From the technical supporting experience to Fuchu Challenging Research Society for Product Development and +F project, “Mechanism-making to practice design development continuously” was considered most important for a small office or a minor enterprise to make design the brand power so that they may compete against China and other Asian enterprises, and to get rid of a current subcontract form too.

府中商品開発チャレンジ研究会と+F project への技術支援から, 小規模事業所や地域中小企業が中国やアジア企業との競争に対しデザインをブランド力とするため, またこれまでの下請け形態から脱却していくには「デザイン開発を持続的に行うための仕組みづくり」こそ重要であることを考察した。

キーワード: 戦略的デザイン, 府中家具, 小規模事業所, コラボレーション, ブランド化, 公設試

1. 結 言

経済産業省は2003年2月に戦略的デザイン活用会議を設置し, アジア企業の競争力向上に対し, 我が国の工業製品の高付加価値化, 差別化ブランド構築において産業デザインの導入が有用であると報告している¹⁾。

地方製造業, 小規模事業所においても下請け体質からの脱却, 自社商品の開発を目指す方向にあるが, 社内にデザインセクションを持たないことから, 特にデザインやブランド化に弱みを抱えている。当所ではこうした状況から脱却していくために「デザイン開発を持続的に行うための仕組みづくり」を模索した支援を行っており, その事例の報告から地域団体, 企業, デザイナー, 公設試が取り組むべき方向性を考察する。

中心とした小規模事業所への新商品開発を支援している。

同研究会は例年6~7月にスタートし, 月1回の間隔で3月の商品完成を目指して進めていたが, 当センターがビジネスマッチングとしての展示会出展を提案したところ, 平成16年度から(財)備後地域地場産業振興センターの補助を受け, 2月の東京インターナショナルギフトショーに開発製品を出展するスタイルになった。これが販路拡大に結びつき, 参加者の開発意欲に繋がっている。

特に豊田産業株式会社の跳び箱型小物入れ(写真1)は, 東急ハンズ11店舗との取引きの他, 通販メーカー数社への掲載など研究会を代表する商品となっている。箆笥の桐箱を中心に製作してきた同社にとって, 新たな販路を開拓できたことが大きな成果となった。

跳び箱上部の中綿が入った布製手突き部は, 枕を開発



写真1 豊田産業株式会社の跳び箱型小物入れ

2. 産業デザイン導入事例

2.1 府中商品開発チャレンジ研究会

平成13年から当センターは, 府中商工会議所が主催する商品開発チャレンジ研究会において, 木工, 繊維等を

2006.7.28 受理 産業デザイン部

*1 ナッツデザインスタジオ

*2 府中商工会議所企業振興課



写真2 山田合板の突き板ブックカバー



写真3 和産業の木製日本地図パズル

する藤岡製綿所とのコラボレーションであり、研究会形式のメリットから生まれたものである。

山田合板はフラッシュパネルなどに突き板を貼ることを主業とする事業所である。突き板に布を裏張りしたブックカバーを開発したところ、多くの問い合わせがあり人気商品となった(写真2)。バードアイメープルやウォールナット等、府中家具製作で使用する高品質素材を、色の組み合わせ、編み込みなど工夫した点が、自然嗜好のユーザに好まれた例である。

次に紹介する和産業有限会社も、本業は大手住宅メーカーの木製ドアの製造を主業とする事業所であるが、得意とするNC切削技術を生かした木製サッカーボールパズルや、幼稚園向けの木製日本地図パズル(写真3)で新規販路の開拓に成功することができた。

婚礼家具の需要が減少し家具産業全体が厳しい現状にあるが、従来の下請け製造技術を「生活者発想の視点」で、流通小売り店舗や通販カタログ誌など、これまでと違うチャンネルへ発信していけば多くの市場があるはずである。ギフトショーの会場に行けば、都市圏にそうした「他にないもの」を探すバイヤー、企画会社が数多くあることを実感できる。

従業員1〜5名の小規模事業所にとって、いきなりにデザイナーにオファーすることは容易ではない。こうした研究会や公設試研究員の支援によって、自社製造技術を生生活製品の視点で見直していくことが、デザイン性に優れた商品開発に結びつく第一歩と考える。

2.2 地場デザイナー参画と支援事業の活用

府中商品開発チャレンジ研究会での最大の課題は20社近い参加者個々の製品について、当センター研究員2名では全てを完成度の高いものにまでもっていけないことがあった。そこで平成17年度からは、大阪から戻られ地場で活躍するナッツデザインスタジオの高橋伸幸氏に

アドバイザーとして参画して頂いた。例えば製品は完成したが、パッケージやブランドロゴといった販促ツールが全くデザイン、というか準備されていないのが小規模事業所の常である。もちろん我々公設試研究員が手本として数件を対応することは行ってきたが、全ての商品にこと細かく、公平に対応することは難しい。

それ以上に、こうした支援は小規模事業所および中小製造業の「持続的なデザイン開発」にいつまでもたっても結びつかないことを痛いほど感じさせられてきた。これが地方のデザイン振興の現状である。

高橋氏の参画は我々の労力の軽減という目的よりも、地場デザイナーと小規模事業所が良好な関係を築くことにより「持続的なデザイン開発」の歯車を動き出させることに最大の意義がある。

高橋氏には参加者全体へのアドバイスを頂きながら、最終デザインや販促ツールに課題を持つ数社を集中して指導頂いた。

特に和産業有限会社については「木izm」なるブランドを立ち上げ、ブログを含むホームページを作成するまでに至った(写真4)。

また、(財)ひろしま産業振興機構の平成17年度緊急事業化対応助成事業の補助を受けたことも事業者がブランド開発に取り組むに至った要因のひとつであり、小規模事業所の初期デザイン開発に行政支援が重要であることが言え、こうした施策の増加が望まれる。

2.3 +F project

大手住宅メーカーの設備製作を行う株式会社ケイモクと、ケイモク社で使用する木材を取扱う輸入木材商社の池上産業株式会社から、サーモウッドと積層ソリッドパネルの魅力を伝えるデザイン性の高い商品開発を行いたい、との相談を受けた。

我々公設試研究員と相談企業でアイデア製品を開発することは可能であるが、近年話題となるインテリア製品ではデザイナーが前面に出て、その個性や表現力を付加価値として商品に与え、消費者の共感を集めることが主流になっている。

この点から、この依頼を地域のデザイナーのプロデュー



写真4 和産業のオリジナルブランドホームページ

スト、デザイン性の高い商品開発を望む企業のコラボレーションの場として考えてスタートさせたのが+F projectである。このプロジェクトは行政事業ではなく、あくまで企業とクリエイターを中心に進められ、株式会社ケイモク、池上産業株式会社の他、椅子等の木管製作会社、家具の塗装会社、ソファ製造会社に加わり、これにナッツデザインスタジオの高橋氏、建築家で K2-DESIGN inc 主宰の河口圭介氏、空間デザイナーでビュートリス代表の井田栄子氏が集まった。

具体的な目標を府中商品開発チャレンジ研究会と同様に2月の東京インターナショナルギフトショー出展に絞り、毎回フリーなディスカッションを行いながらデザイン開発を進めた。

この結果、吹き抜け空間やオープンテラスなど現代建築で見られる開口部に対して自在な寸法調整で使用可能アクセントルーバー（写真5）、マンションテラスなどの都市型生活シーンやアッパー層のガーデンに向けたガーデンワゴン（写真6）、室内と室外の中間領域で使用する新しいカテゴリーのアクセントウォール（写真7）の3製品を開発することができた。

いずれの製品も、雨風や高温化での耐久性に優れるサモウッドの特質が生かされている。また、プロダクトデザイナー、建築家、空間デザイナーそれぞれの視点から生まれたデザイン・表現であり、企業と公設試だけではこうした広がりを持たせることは不可能であったといえる。この開発では、公設試は製品性能試験やデザイナーへの委託費用捻出を目的に広島県の新産業創生開発事業補助金採択の支援や、ギフトショー出展費用補助事業活用など、企業とデザイナーの費用負担を軽減し、創作と



写真5 アクセントルーバー



写真6 ガーデンワゴン



写真7 アクセントウォール

発表に取り組みやすい環境づくりに動いた。

3. 考 察

府中商品開発チャレンジ研究会と+F project の事例から分かるように、小規模事業所や地域中小企業が中国やアジア企業との競争に対しデザインをブランド力とするため、またこれまでの下請け形態から脱却していくには「デザイン開発を持続的に行うための仕組みづくり」こそ重要である。地場地域で才能ある多くのデザイナーが育ち、製造業とクリエイションが両輪のように発展していくことが理想であり、この健全なサイクルの構築が求められる。これに加え、小規模事業者がデザインやブランド開発に積極的に取り組むための施策、行政支援の増加を望む。また、こうしたサイクルが磐石になるまでは、営利事業者であるデザイナーに代わり、長期的な関わりが可能な公設試産業デザインセクションがコーディネートを行う必要があり、同時に市場に対応した柔軟な動きができる仕組みに変革していくべきでもある。

4. 結 言

府中商品開発チャレンジ研究会と+F project の2つの支援事例から「デザイン開発を持続的に行うための仕組みづくり」について考察した。今後も地域支援を通して地域団体、企業、デザイナー、公設試が取り組むべき方向性の研究を進めていきたい。

文 献

- 1) 経済産業省製造局デザイン・人間生活システム政策室：デザイン政策ハンドブック 2006.