

中小企業におけるデザイン開発導入の研究

デザイン開発室 山田 淳人

1. はじめに

デザインは商品開発などの場面において、生活者の希求するところを適切に具現化する役割を担っており、商品の高付加価値化においては不可欠な要素となっている。

しかし県内の中小企業において商品のデザイン開発をする場合、自社内のスタッフで行われることが多く、その成果はなかなか見えてこない。デザイン開発は専門知識やノウハウ、経験等が必要であり、また、開発時間や経費がかかるため中小の企業においては導入はなかなか困難であるといえる。今回、県の伝統工芸の1つである仏壇の金具を製造するK社で、自社内加工技術と開発スタッフを活かし更にデザイナーを加え、デザイン開発を試みた。

デザイナーを利用した中小企業におけるデザイン開発導入例を報告する。

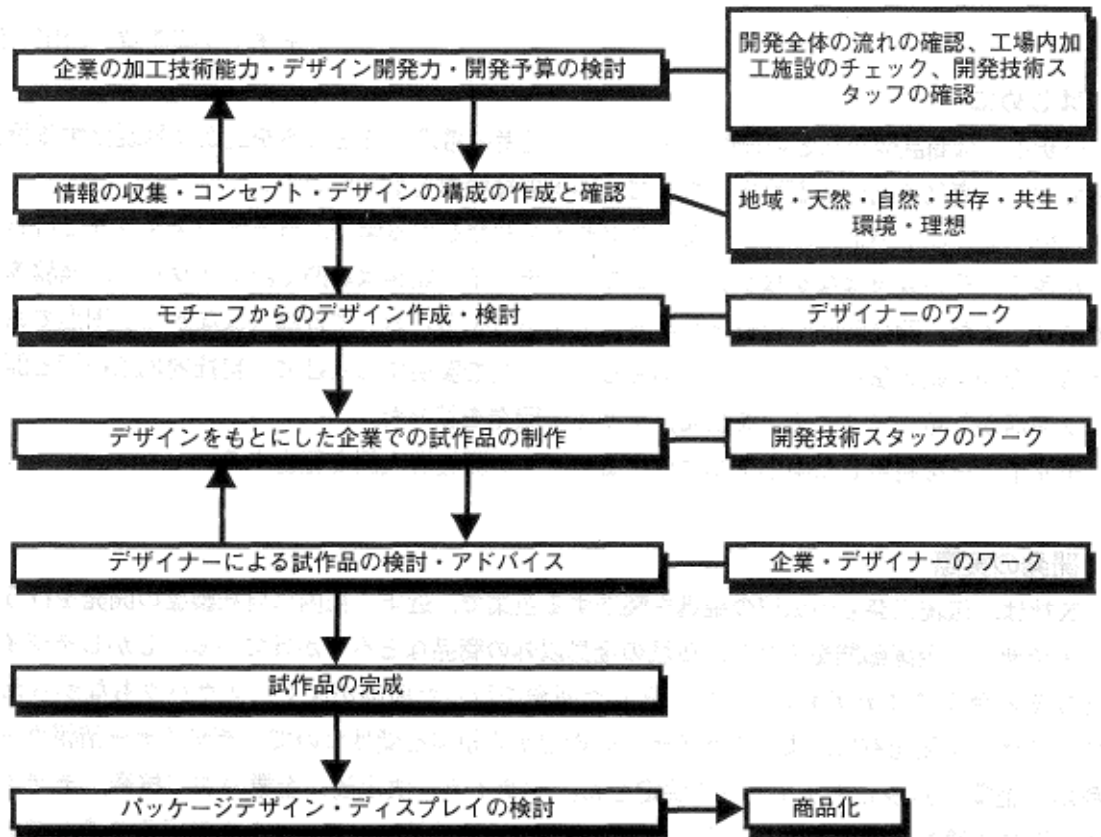
2. 開発の実際

K社は、伝統工芸品の仏壇の金具を製造する企業で、近年、社内に自社製品の開発を行う彫金工芸・デザイン企画部門を設立し、仏壇の金具以外の商品などを手がけている。しかしデザイン開発となると今までにデザイナーを中心とした開発を行った前例がなく、ノウハウもなかった。そこで、デザイン開発室に、まずデザイナーの選定から相談を受けたので、デザイナー情報カード等を利用、企業と相談しデザイナーを決定した。デザイナー決定後、企業の加工技術、デザイン開発力、開発予算を3者で検討し、オリジナル商品で地域特性をアピールした商品作りをしていくこととした。開発テーマをエコロジーブームで動物が脚光を浴びている背景をもとに、自然に生きる動物を対象に「みなみの島の生きものたち」とした。当初、県内の動物に限ってデザインの展開を広げる予定であったが、県内の動物とするとデザイン開発の幅が限定されるため、大隅諸島（屋久島、種子島）、トカラ列島、奄美諸島をはじめ、沖縄とその主な島々に生息する南に生息する動物をモチーフにすることとし、商品開発におけるキーワードを地域、天然、自然、共存、共生、環境、理想のように決めた。また、ミスマッチなデザインまたは加工を避けるために、コンセプトとデザインの構成には、時間をかけ検討を行った。デザイナーは、「みなみの島の生きものたち」をモチーフとした5点のデザインの具体例を提示した。これをもとに企業側でダミーを作り、製作上の問題解決策をチェックしながら商品化へと移行した。開発風景と今回のデザイン開発のフロー図を以下に示す。



◀指導風景

今回の商品開発のフロー図



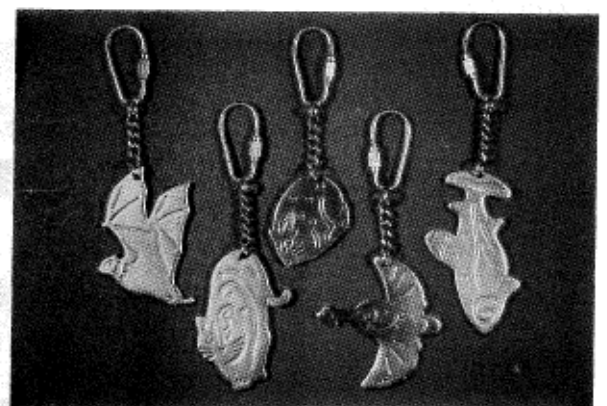
3. 開発された商品群

商品化のはじめに、企業の既存の商品（茶筒）にモチーフを用いた取っ手をつけた。茶筒という「和」のものをモダン化し、お茶を入れるだけでなく珈琲豆等の保存用など用途を広げた。

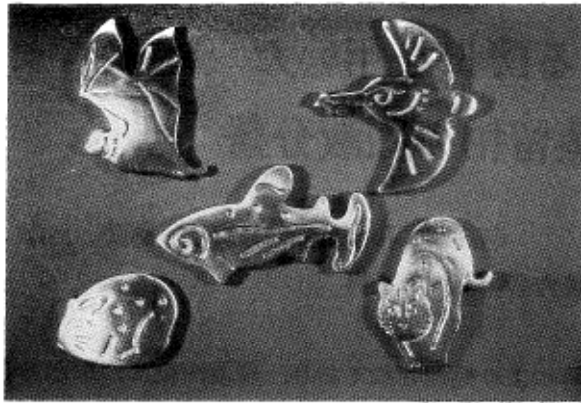
次に商品化したものは、企業の加工技術を活かしたキーホルダーの製作である。素材は真鍮と銅によるもので、本来は透かしが入った方がモチーフの持ち味が出るのであるが、加工コストの問題で透かしにあたる部分をプレス化することで加工コストを抑えた。またキーホルダーの他に企業内加工技術を使い、デスクウェア（ペーパーウェイトやブックエンド）、アクセサリー（イヤリング、ネックレス、ピンバッジ等）へと活用領域を広げた。



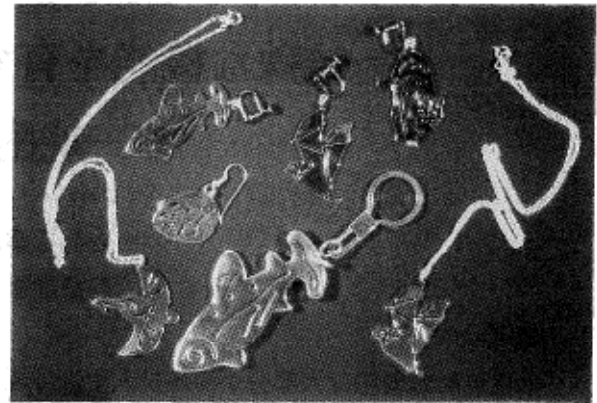
茶筒



キーホルダー



ペーパーウェイト



アクセサリ

4. 今後の商品開発課題

今回、モチーフを5つデザイン化することで、様々なバリエーションをもって商品化する事が出来た。今後は小物だけにとどまらず家具金具、建築用装飾金具などといったインテリア系の部材としてなど、金属加工技術をいかした開発も可能ではないかと思われる。

金属は県内の素材でないため地域個性に欠けるのではないかと心配もあったが、テーマが素材として説得性を持っているので、当面は金属単一素材の商品化となるが、次の商品から地場の素材（花棚石、屋久杉、竹、薩摩焼、大島紬、蒲生和紙等）との共生を考えていく方針である。

なお出来上がった商品は、平成5年度「新ふるさと特産品コンクール」に出品し好評を得て、県産品を扱う鹿児島ブランドショップでも好調な売り上げを見せた。また、今回の商品開発は、天然記念物に関する商品開発のため一部売上金を環境保護団体に寄付することになっている。

5. まとめ

企業内でデザイナーの支援を受けながら、コンセプトワークから商品作り等へと計画的にデザイン開発の手法を確立していくことで、多種多様な商品開発を進めることが出来る。

公設研究機関の重要な役割として、デザインや技術情報の収集や企業とデザイナーの相互交流をできるだけ円滑に進めるように支援することが必要である。

開発する企業側には、デザイナーの提案されたものに対して、加工技術力や試作開発力といった総合的な取り組みが求められる。その点においてK社経営陣と彫金工芸・デザイン企画部門及び技術加工部門の各スタッフの熱意と創意をもった組織的な取り組みは、当地域には欠如しがちなことであり、この企業の試みは本来あるべき姿として、評価に充分値するといえる。そして今回の開発を通じて、県内の企業におけるデザイン開発の実践例としてのノウハウが蓄積されたといえよう。

地域の企業のアイデンティティーの確立には、地域独特の個性や商品個性というものが不可欠であるということがわかった。今後ますます地域素材や地域テーマ、伝統工芸の研究などの「地域」をベースにおいたデザインや研究が必要となってくるのではないだろうか。

これからも地域のもつ素材や技術力をもって、共同開発などを積極的に進め、製品化、商品化に対して協力体制をとりながら、地域産業にデザインというものが側面から支援になれば幸いである。

なおこのデザイン開発は、アートステーション丹菜房の野田和信氏の協力のもと行われた。