

研究成果の紹介

川辺仏壇の製造技術を活かした新商品のデザイン開発研究及び試作 (かわなべご縁起やしろを例に)

デザイン・工芸部

1. はじめに

全国でも有数の仏壇産地である川辺は、近年海外からの仏壇や部品の輸入が増大し、厳しい状況にあります。そこで、平成13年度から15年度までの3年間、川辺仏壇の伝統的な製造技術を活かせる新分野について調査し、新商品のデザイン開発研究と試作を行いました。今回、「かわなべご縁起やしろ」を例にその開発過程をご紹介します。

2. なにをつくるか？アイテム決定まで

川辺仏壇は、(木地、彫刻、宮殿、金具、蒔絵、塗装、仕上(箔押し・総組立))の7工程に分業化されています。高齢化が進む現場では、新規に今日的な商品を開発することは非常に困難であるため、無理なく、納得して取り組める商品を開発することにしました。宮殿作業をしている工房で、神棚なども作っていることに注目し、技術支援を通して仏壇でも神棚でもないもっと気軽な願いをストレートに表現する「やしろ」を作ることになりました。

3. やしろのデザイン

やしろの大きさは、店頭やレジ等に置けるサイズで製作しました。また、鈴やひも等をつけ、千社札風のシールを貼り、赤いフェルトを敷くなどやしろの雰囲気を持たせました。(恋愛を願いにしたやしろは鈴ではなく、ハートのかたちをしたボタンのパーツがさげてあります。)ご神体はその願いをストレートに勘亭流の文字で表現し、レーザー加工機で切り抜きました。



(レーザー加工で切り抜いたご神体の一部)

願いの種類は写真のほか全部で30種類ほどあります。

4. パッケージデザイン

やしろは商品化を目標としており、パッケージデザインも含めて提案しました。袋や上部の紙は既製品を使用しました。上部の紙は地元の文具店で市販されている紙で最大限に枚数がとれるサイズとしました。(袋のサイズより若干小さめなのが難です。)また、一般のコピー機に通して印刷できるように黒一色で仕上げました。量産化されれば、これらは環境に配慮した素材を使用していきたいと考えています。



(パッケージ外装と商品)

5. 商品化

値段に関しては、職人さんが一個作っても嬉しいと思える値段を開発当初から設定していました。現在、1,800円で、地元の特産品ショップ等で販売されています。職人さんにも独自のご神体づくりや、売れ筋のご神体を把握し、コストダウンをはかるなど変化が見え始めました。また、かごしまデザインフェア2000のデザインコンペにおいて特別賞を受賞しました。

商品化を前提としたもの作りは、細部の積み上げであり、一回で商品化を目指すのではなく、細かい試行錯誤を繰り返す、長期的な計画が求められます。デザイン・工芸部では、工芸技術を利用した製品化・商品化の支援をしていますのでお気軽にご相談ください。