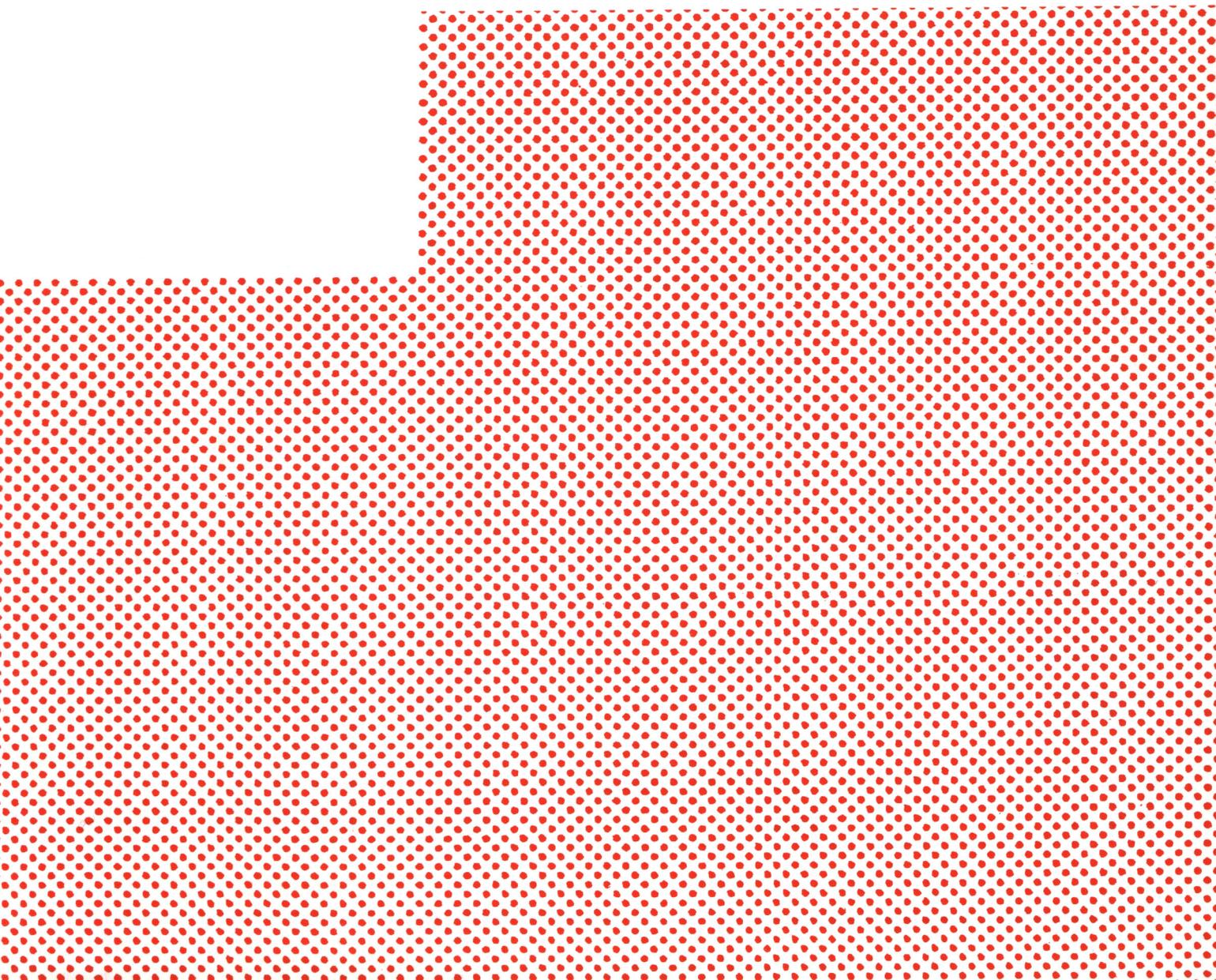


昭和60年度

日本優秀デザイン

商品開発指導事業実施報告書



昭和60年度日本優秀デザイン商品開発指導事業参加地方庁・団体別実施概要

地方庁・団体	単 位	指導対象業種・品目	指導方法		専 門 指 導 員	指 導 日
			基本	開発		
北 海 道	3	パッケージデザイン(菓子)	●	●	八 尾 武 郎	60. 9/19～9/20
		小木工品	●	●	荻 野 克 彦	60. 10/15～10/16
		木製家具	●	●	鈴 木 庄 吾	61. 2/18～2/19
青 森 県	3	小木工品・漆器	●	●	宇佐波 徳 美	60. 9/26～9/27
		〃	●	●	関 口 進	60. 9/26～9/27
		パッケージデザイン(菓子)	●	●	八 尾 武 郎	61. 2/20～2/21
岩 手 県	1	パッケージデザイン	●	●	岡 田 宏 三	61. 2/17～2/18
秋 田 県	2	川連漆器 樺細工	●	●	羽 生 道 雄	61. 1/23～1/24
宮 城 県	1	パッケージデザイン(味噌、醤油)	●	●	八 尾 武 郎	60. 11/7～11/8
山 形 県	1	スリッパ	●	●	武 田 恵 子	60. 10/16～10/17
山 形 市	1	鋳物(釜・日用品)	●		宇佐波 徳 美	61. 2/20～2/21
茨 城 県	1	パッケージデザイン(食品)	●	●	藤 田 実	61. 2/13～2/14
栃 木 県	2	パッケージデザイン(土産品)	●	●	藤 田 実	61. 2/20～2/21
		小木工品(日用品)	●	●	佐戸川 清	61. 3/17～3/18
埼 玉 県	3	繊維製品(寝装インテリア)	●	●	楠 見 昂	60. 7/12, 9/27
		繊維製品(シーツ)	●	●	楠 見 昂	60. 10/23～10/24
		繊維製品(婦人用先染服地)	●		半 田 浩 也	60. 11/25, 12/3
神 奈 川 県	1	小木工品	●		宇佐波 徳 美	61. 2/25～2/26
滋 賀 県	1	信楽焼(テーブルウェア)		●	中 村 宏	61. 1/16～1/17
和 歌 山 県	2	ボタン	●	●	喜 田 照 正	61. 2/4～2/5
		和雑貨	●	●	小 畑 広 永	61. 2/17～2/18
広 島 県	1	デザインマネージメント	●		黒 木 靖 夫	61. 3/7
鳥 取 県	1	特産品のマーチャンダイジング	●	●	大 城 戸 健 雄	61. 3/13～3/14
香 川 県	1	石材加工業	●	●	宇佐波 徳 美	60. 12/6～12/7
(財)鳴門地域 地場産業振興センター	1	パッケージデザイン(食品)	●	●	八 尾 武 郎	60. 11/21～11/22
(財)今治地域 地場産業振興センター	2	タオル	●		宇 野 政 雄	60. 10/7～10/8
		タオルデザイン	●		山 本 竜 一	60. 11/14～11/15
(財)久留米地域 地場産業振興センター	1	パッケージデザイン(菓子)	●	●	藤 田 実	61. 3/18～3/19
大 分 県	1	マーケティング(全業種)	●		伊 吹 卓	61. 3/28～3/29
熊 本 県	1	パッケージデザイン(特産品)	●		岡 田 宏 三	60. 11/18～11/19
沖 縄 県	1	繊維製品		●	山 岸 梶 史	60. 10/17～10/18

●パッケージデザイン〔菓子〕

①指導日・場所

昭和60年9月19日、20日

札幌市教育文化会館

②指導対象組合・企業

(財)北海道菓子協会

③専門指導員

八尾武郎

(株)YAOデザイン研究所代表取締役

④現状

本道の菓子業界は、本道経済全体の停滞の影響で、消費が低迷している。本道の菓子は、製造技術・品質の点では本州製品と比べ何ら遜色はないが、パッケージのデザインが見劣りすると言われており、消費拡大の一方策としてその改善が大きな課題となっている。

⑤実施概要

①基本指導

テーマ：菓子パッケージについて

「小城羊かん」のデザイン開発事例をスライド紹介しながら講演が行われた。

②開発指導

企業20社を対象に、既存製品に対する個別指導。

●小木工品

①指導場所・日時

昭和60年10月15日、16日

阿寒観光ホテル

②指導対象組合・企業

(社)北海道観光土産品協会

③専門指導員

荻野克彦

(有)ハンプティードンブティードン代表取締役

④現状

本道の観光土産品業界は、零細企業が多く、また近年の観光客の購買単価の低下とニーズの多様化により厳しい経営状況にある。観光土産品はアイデア商品であり、デザインの良否が商品価値を左右することから、特に本道の観光土産品に占めるウェイトの大きい小木工品について、観光客のニーズに対応したデザイン開発が大きな課題となっている。

⑤実施概要

①基本指導

テーマ：最近の小木工のデザインについて

(有)ハンプティードンブティードンのデザイン製品をスライド紹介をしながら講演が行われた。

②開発指導

企業10社を対象として、個別面談指導。

●木製家具

①指導日・場所

昭和61年2月18日、19日

帯広市産業技術センター

②指導対象組合・企業

(社)十勝家具建具産業協同組合

③専門指導員

鈴木庄吾

北海道東海大学芸術工学部教授

④現状

本道の木製家具製造業の出荷額は、昭和57年以降漸減傾向となっている。木製家具は、デザインの良否が製品の市場開拓に大きな影響を与えることから、今後デザイン開発に力を注ぎ、新しい需要を開拓することが大きな課題となっている。

⑤実施概要

①基本指導

テーマ：木製家具のデザイン開発

②開発指導

企業3社を対象に、既存製品のデザイン改善に対する指導。

●小木工・漆器〔ヒバ曲物、ブナコ漆器、焼物、民芸品〕

①指導日・場所

昭和60年9月26日、27日
青森市、弘前市

②指導対象組合・企業

弘前工芸、丹場曲物工芸社、ブナコ漆器製造(株)、
青森県特産品センター、林寿工芸舎、津軽塗団
地組合、むらた工芸、ひいろ工芸店、青森県特
注家具、他

③専門指導員

宇佐波徳美

(有)ウサナミデザイン研究所代表取締役

関口進

松屋商事(株)クラフト商品部部长

④現状

青森県の製造販売業界は小規模企業が多く、
観光地に占める土産品についても、他県の商品
に押されがちである。しかし今後は、高速交通
体系の整備等により、観光客の増加が見込まれ、
それに伴い、観光客のニーズに合った新商品の
開発が必要であるとされている。

そこで改善策としても観光土産品の強いクラフト関係を中心に継続指導、開発指導を行う。

⑤実施概要

本年度は、従来から継続指導を行っている津
軽塗、ブナコ漆器を始め、最近注目されている
ヒバ木工芸品、その他についてデザイン改善を
中心とした講習会を行った。

●パッケージデザイン〔菓子〕

①指導日

昭和61年2月20日、21日
青森市・弘前市

②指導対象組合・企業

ラグノオささき、(株)シャロン、小田桐製菓(株)、
陸奥製菓(株)、中野せんべい店、高砂食品、他

③専門指導員

八尾武郎

(株)YAOデザイン研究所代表取締役

④現状

青森県の製造販売業界は小規模企業が多く、
観光地に占める土産品についても、他県の商品
に押されがちである。しかし今後は、高速交通
体系の整備等により、観光客の増加が見込まれ、
それに伴い、観光客のニーズに合った新商品の
開発が必要であるとされている。

そこで改善策としても観光土産品の強いクラフト関係を中心に継続指導、開発指導を行う。

⑤実施概要

多企業集中指導

●パッケージデザイン

①指導日・場所

昭和61年2月17日、18日
盛岡市

②指導対象組合・企業

大船渡物産振興協会、生活改善グループ、南部
鉄器協同組合、南部曲り家製作所、滝沢工芸、他

③専門指導員

岡田宏三

(株)オーディ代表取締役

④実施概要

①基本指導

テーマ：岩手県の物産と「もてなしのカタチ」

1.私の提案する「もてなしのカタチ」

- ・埼玉県春日部桐箱産地とウッドパッケージ開発
- ・熊本県八代い草産地とタタミウエア開発
- ・ウイスキーと「もてなしのカタチ」
- ・日本茶と新しい「もてなしのカタチ」

2.岩手県の「もてなしどころ」再発見

- ・岩手県のこころとは

3.素材再発見と「もてなしのカタチ」

- ・素材の価値感是不変

4.日本のこころ「もてなしどころ」

- ・JAPAN CREATIVE (LIFE)

5.現代日本人の生活者指向

- ・こだわりの時代
- ・都会思考と地方の時代

6.産品は日本の文化

- ・日本建築文化、生活文化、形とこころ

7.実現への方法・手段

②開発指導

生産者持参の商品に直接指導を行う。

●川連漆器〔椀・茶托・盆〕、樺細工〔茶筒・茶托・盆〕

①指導日・場所

昭和61年1月23日、24日

稲川町、角館町

②指導対象組合・企業

川連漆器：川連クラフトデザイン協会、(株)富貴工業、樺細工：(株)藤木伝四郎商店雲然工場、(株)黒沢製材所

③専門指導員

羽生道雄

モノプロデザイナーズ／モノプロ工芸(株)代表取締役

④現状

①川連漆器：この産地は51年12月に伝統的工芸品産地指定を受け、従来からの素朴な日用漆器を中心に生産を続けている。しかし、近年の需要停滞が続くなかで、業界は地場産業総合振興事業や活路開拓ビジョン実現化事業などに取り組みながら新規製品の開発を目指し、需要開拓を図ろうとしている。

②樺細工：山桜の樹皮を加工した全国で唯一の工芸品で、51年2月に伝統的工芸品指定を受けているこの業界は、県内の工芸産地に比べ、急速な発展をとげ、実績を伸ばしている。しかし、近年伝統的工芸品の需要も停滞気味であり、新

技術の導

⑤実施概要

①開発指導（川連漆器）

新商品開発指導：使用者や売場担当側のニーズに基づいた開発の進め方の、集中・個別指導を行った。

②需要開拓指導（樺細工）

流通の仕組みと商品開発の関連性および産地特色と売場の選択について個別指導を行った。

宮城

●パッケージデザイン〔味噌醤油類〕

①指導日・場所

昭和60年11月7日、8日

宮城県婦人会館

②指導対象組合・企業

宮城県の味噌醤油工業協同組合

③専門指導員

八尾武郎

(株)YAOデザイン研究所代表取締役

④現状

業界は、宮城県内一円に散在し、企業数は93企業を有していますが、従業員50名以上の企業はわずか3社だけで、ほとんどの企業は、零細企業である。味噌醤油は日本食品としての伝統はあるが、従来各家庭で製造していたものを、企業化形式にしたのは、近年であります。従って、大企業的な商品デザイン（パッケージデザイン）の開発等については、今まで、深く検討されていないので、開発すべき部分か、たくさんあるものと思われます。

⑤実施概要

①基本指導

- ・パッケージデザインの役割と現状について
- ・デザインの開発事例について

②開発指導（企業個別巡回指導）

既存商品のデザイン改善指導(3～5社)
玉松味噌醤油(株)、(株)佐藤屋、森己醸造(株)

山形

●繊維製はきもの〔スリッパ〕

①指導日・場所

昭和60年10月16日、17日

河北地域職業訓練センター

②指導対象組合・企業

山形県スリッパ工業組合 31企業

③専門指導員

武田恵子 (株)伊勢丹研究所デザイン開発研究員

④現状

生活用品が全般に消費不振の中にあって、当山形県のスリッパの昨年度出荷額は、対前年比で、約8%の伸びを示し、増加傾向を続けている。しかし素材の繊維が全国的に、同じ材質、柄、色彩の製品を使用していることから、商品

の類似化傾向を招き、近年、産地間および企業間のコスト競争が激化している。以上のことから、当地区においての課題として、素材を含めたデザイン開発による製品差別化を図ること、関連商品の開発が急務とされる。

⑤実施概要 ①基本指導

テーマ：産地企業における新商品開発の在り方
今年の秋冬の商品企画のたて方について、テキスト「1985 FALL/WINTER市場背景」を説明し、テーマの設定さらに商品展開についてスライドによる事例を挙げながら行われた。その中で、「どんな物でも作れば売れるという時代は終わった。室内インテリアも黒なら黒で統一する。

といった“こだわる人”が増えている。スリッパを消耗品として考えるのではなく、インテリアの一部として捉えることが必要」と強調した。はじめに、当産地における商品開発上の問題点を集約した。その結果、産地間、企業間における製品の類似化傾向があげられ、その対応として産地企業においては、企画生産はリスクを伴うことから、むしろ取引先と同じ立場に立った企画提案のできる能力をいかに養育するか、また企画に必要な情報をいかに再構築していくか、という2つの問題点を抽出した。

②開発指導

企業個別指導：矢作産業(株)他

● 山形鑄物〔釜・日用品〕

① 指導日・場所

昭和61年2月20日、21日

山形市

② 指導対象組合・企業

山形鑄物伝統工芸士会

③ 専門指導員

宇佐波徳美

(有)ウサナミデザイン研究所代表取締役

④ 現状

山形鑄物は400年以上の伝統を持ち、分類としては機械鑄物伝統工芸品(茶釜、鉄瓶など)、日用品があり、特徴としては産地から取れる砂と粘土を基礎として鉄質を活かした深遠優美なところです。

昨今、手造りの伝統工芸品が見直されていますが全国の7割(釜)を生産しているにもかかわらず知名度が低い状況で、今後いかにPRし産地体制の強化および後継者の資質の向上が大きな課題になっています。

⑤ 実施概要

① 基本指導

テーマ：商品開発の取り組みと商品市場
伝統工芸士会後継者を対象に、デザインの基礎および消費者ニーズの変化等、デザインをとおして産地の活性化を図る。主に、1. デザイン開発に際して求められるもの、2. 商品化計画とストアコンセプトおよびマーチャンダイジング、3. 地場産業の現状認識と商品化計画への考察、4. デザインの概念と商品領域、等について講演が行われた。

茨城

● パッケージデザイン〔食品〕

① 指導日・場所

昭和61年2月13日、14日

水戸市

② 指導対象組合・企業

(社)茨城県商工開発協会

③ 専門指導員

藤田実

(株)YAOデザイン研究所チーフデザイナー

④ 現状

茨城県の食品業界の事業所数は約2000で、その出荷額は、約8500億円(昭和58年度)である。主な業種としては、清酒(63事業所)、味噌(29事業所)、醤油(43事業所)、漬物(93事業所)、菓子(360事業所)となっているが、デザイン開発力の弱い小規模企業が、ほとんどである。よって、商品の付加価値を高めるパッケージデザインの、開発指導が必要とされている。

⑤ 実施概要

① 基本指導

食品業界を対象にパッケージデザインについての講演会、及びデザイン相談を実施。

② 開発指導

食品業界の中から3社程度にしほり、既存パッケージデザインの改善のための助言指導と、開発方法についての個別指導を行った。

栃木

● パッケージデザイン〔食品・民芸品〕

① 指導日・場所

昭和61年2月20日～21日

栃木県産業会館

② 指導対象組合・企業

(社)栃木県物産振興協会 他

③ 専門指導員

藤田実

(株)YAOデザイン研究所チーフデザイナー

④ 現状

県産品の販路拡張を図るためには、観光地や県外等での販売増進の上から商品の付加価値を高める、パッケージ、包装紙デザインの向上は有効な手段と言える。食品や民芸等の業界では、過去2年の当研修により、魅力ある商品開発の一環として、パッケージ等のデザイン開発の必要性が認識されるようになり、今後も継続的指導が望まれている。

⑤ 実施概要

① 基本指導

パッケージ等デザイン講演。

② 開発指導

パッケージ等デザインの必要性を認識させるとともに、各企業のパッケージデザイン等に関する個別巡回指導を行い、流通に精通した指導員によるパッケージ等のあり方についての指導を行った。

●小木工品

①指導日・場所

昭和61年3月17日、18日

鹿沼市

②指導対象組合・企業

鹿沼家庭用木製品組合

③専門指導員

佐戸川清

(株)ゼロファーストデザイングループ代表取締役

④現状

鹿沼市は古くから木工の町として栄え、銘木、建具、木工品などの生産が行われ、市内には木工団地等も整備されています。

家庭用木製品としては、すのこ、まな板、おひつ、縁台などを生産し、現在はその販路拡張に力を入れています。商品開発については、県の試験研究機関等の指導のもとに取り組んでいますが年間を通じてのヒット商品等の開発が、業界活性化の上からも強く求められています。

⑤実施概要

①基本指導

木製品の市場動向について基調講演を行う。

②開発指導

他の木製日用品産地や成功した商品開発事例等について、座談形式で意見交換を行った。

神奈川

●小木工品〔室内インテリア、テーブルウェア、玩具〕

①指導日・場所

昭和61年2月25日、26日

神奈川県工芸指導所

②指導対象組合・企業

(社)箱根物産連合会

③専門指導員

宇佐波徳美

(有)ウサナミデザイン研究所代表取締役

④現状

小田原地方の木製品は食卓用品、玩具、小箱、室内用品等多種多様な技術と製品を生産することに特徴があり、国内はもとより海外まで販路をもっている。業態は企業数約350で、企業の殆んどが小規模企業である。新製品開発に対する関心は高いが、開発のとらえかた、デザインに対する理解に未だの感があり、これらが今後の業界の課題である。

⑤実施概要

①基本指導

研究会形式で行い、そこには産地内の各業種からの参加があったが、便宜上事例を食関連木製

品としその企画開発手法の演習を行った。

まず、食の場面、食の雰囲気、料理と器の関係等を探るため、雑誌等から食品、料理、食事等のグラビアを切り取り、イメージマップにより、食のメニューの抽出、食場面のスタイル抽出、ターゲットイメージの抽出を行った。

さらに、このイメージマップからマーケットニーズの把握（食スタイルの変化とトレンド、食生活とライフスタイル）、ターゲットイメージの設定（ターゲットの想定、イメージテーマの設定）、開発コンセプト＝デザイン（テーマ目標の設定、市場の明確化、差別化の要件）と展開させた。

滋賀

●信楽焼〔テーブルウェア〕

①指導日・場所

昭和61年1月16日、17日

信楽地区

②指導対象組合・企業

(株)丸十製陶所、(株)しんによ、(株)菱三陶園、中郷陶房、他

③専門指導員

中村宏

HANリサーチ代表取締役

④現状

かつて産地の主力商品であった植木鉢がプラスチック製品の攻勢により、大きく後退しており、その影響で不況感が強くなっています。

そうした状況のもとで、産地の観光化が徐々に進んでおり、一般商品としてまた、観光商品として、食器・食卓用品をより一層開発する要求があります。特に地元間屋筋からの要求として「遊びのある食器」の開発が望まれています。

⑤実施概要

①開発指導

7企業を個別訪問指導

一般市場に流通する食器、食卓用品の発掘および既存商品入り・デザインによる商品開発。実用一点ばりではなく、使って楽しく心豊かにしてくれる、そういう味わい深いものを開発指導。

● 繊維製品〔寝装インテリア〕

① 指導日・場所

昭和60年7月12日、9月27日

秩父市

② 指導対象組合・企業

秩父繊維構造改善商工組合、富田織物(株)、森仙(株)、他

③ 専門指導員

楠見昂

西川産業(株)マーチャンダイジング企画室課長

④ 現状

管内産地は長い歴史と古い伝統を持った絹産地として発展してきたが、現在は既製寝具類、こたつ掛け、座布団地、各種カバーリング、カーテン、染婦人服地等が産地業種である。いずれの業種も厳しい状況であるが、産地としては地場産業総合振興事業の特別指定の基に産地の伝統を生かした新技術による新製品の開発、とくに寝装・インテリア製品を主力とした新しい総合産地を目標に掲げて、業界一体となり懸命に努力をしている。

⑤ 実施概要

① 基本指導

テーマ：寝装・インテリア製品のファッション動向について

② 開発指導

参加企業（3社）を巡回し、各企業の商品企画（寝装品、インテリア関係）について説明、実例をあげた解説を聞き、それらについて専門指導員、現地指導員によって多角的検討をおこない、新製品開発の指針となるべく指導をおこなった。

● 繊維製品〔シーツ〕

① 指導日・場所

昭和60年10月23日、24日

埼玉県工業技術研究所

② 指導対象組合・企業

埼玉織物工業協同組合、共和織物工場、藤井織布(株)、野島織物工場

③ 専門指導員

楠見昂

西川産業(株)マーチャンダイジング企画室課長

④ 現状

管内産地は、綿・スフ織物を中心に発展してきたが、都市化と共に織物工場適地性が失われてきている。しかし現在稼働している企業は多様化し、生産者も多様の一途をたどっている。特に埼玉・織物工業協同組合の中にある綿シーツ生産企業グループでは、各企業共製品の高級化を目的に企画・デザイン研究会など積極的な姿勢を示しているが、尚一層の魅力ある製品作りと活性化のための開発指導が望まれている。

⑤ 実施概要

① 基本指導

テーマ：商品企画と寝装品のファッション動向について

② 開発指導

参加企業を巡回し、ジャカード織シーツを中心に企画方法などを個別製品各に説明を聞き、個々の製品のデザイン、色彩に関するアドバイスと新製品開発のための具体的方向付けについて指導をおこなった。

● 繊維製品〔婦人用先染服地製品〕

① 指導日・場所

昭和60年11月25日、12月3日

所沢

② 指導対象組合・企業

西武織物商工協同組合

③ 専門指導員

半田浩也

④ 現状

管内産業は埼玉県の県西に分散立地して、綿織物が中心であり、タオル、シーツ、先染服地が主力製品である。この産地内の先染服地織物企業を集めたグループである西武織物工業協同組合は、傘下企業の体質改善の方向として、知識集約化による婦人用先染服地の自主企画品製造販売、ならびに関連企業（染色等）の生産体制の強化など、強力な知識集約化グループを目先している。

⑤ 実施概要

① 基本指導

テーマ：レナウン(株)における企画室とその企画の流れについて(第1日目)。

レナウン(株)第二商品企画室(婦人服担当)の企画の流れについての解説がおこなわれた。

テーマ：先染婦人服地のファッション情報について(第2日目)。

現在のファッション動向について、①フェミニン感覚が主流、②グレー・黒→白、オレンジ、イエロー、ブルーの色調に移行している、等を述べた。

● ボタン

① 指導日・場所

昭和61年2月4日、5日

和歌山市田辺商工会議所

② 指導対象組合・企業

田辺地方釦工業協同組合、南紀釦工業団地協同組合

③ 専門指導員

喜田照正

(株)大丸営業本部デザイン室技術主任

④ 現状

近年、衣料品需要の大きな伸びはみられないが、婦人服・子供服を中心にファッション化傾向が強くなり、ボタンについても材質・形態・色彩等、多品種少量需要と一部高級化をみせている。また、ボタン製造技術を生かして、ハンドバック部品、ループタイ留具、アクセサリ等製品の多角化傾向や脱ボタン傾向も進みつつある。

⑤ 実施概要

① 基本指導

他産地でのデザイン指導を例にあげ、他産地でのデザインに対する対応について説明を受けた。また、ボタンとファッションとの関係について指導を受け、消費者ニーズに合致したデザイン開発を行うことが重要であることが強調された。

② 開発指導

ボタンのデザイン開発による高級品化、ボタン生産技術を生かした関連産業への進出についての指導が行われた。

● 和雑貨

① 指導日・場所

昭和61年2月17日、18日

海南市・海南商工会議所

② 指導対象組合・企業

和歌山県棕桐和雑貨類組合連合会

③ 専門指導員

小畑広永

(有)HILOデザイン研究所代表取締役

④ 現状

海南野上地方が和雑貨の主産地であり、各種製品はスーパー向け出荷が多く、いわゆる大衆価格の実用品で、脇役としてその機能を働かすという製品が多い。そのため、デザインや消費者ニーズの把握に積極的対応が必要な業種である。

⑤ 実施概要

① 基本指導

今後、商品多様化の時代に向って企業のコンセプト固めが重要になる。また、当産地製品について、各社の商品デザイン傾向が市場傾向の対応過多の点が指摘された。

最後に商品開発コンセプト造りのためのスライドを用いて講演がなされた。

② 開発指導

商品イメージ向上のために各社におけるショールームのデザイン、各商品の特徴を生かしたデザイン開発の重要性について指導された。

広島

● 商品開発組織をデザインする

① 指導日・場所

昭和61年3月7日

福山市・(財)備後地域地場産業振興センター

② 指導対象組合・企業

広島県家具組合連合会、福山地方産業デザイン振興協会、佐伯地区デザイン振興協会、広島地域産業デザイン振興協会、県内全製造業の経営者、管理職層および企画・開発部門の担当者

③ 専門指導員

黒木靖夫

ソニー(株)理事・商品本部副本部長

④ 現状

家具製造業は、西部(広島市周辺)、東部(府中市福山市周辺)に産地を形成し、主要な地場産業となっている。佐伯地区(宮島町、甘日市町、大野町周辺)には伝統的工芸品の宮島細工を含めた小木工品の産地があり、佐伯地区デザイン振興協会、広島県小木工品振興協議会を組織している。福山市周辺には家具、はきもの繊維、服飾、機械金属、邦楽器(琴)等の産業があり、これらにデザイン業を加えて、福山地方産業デザイン振興協会を組織している。広島市周辺でも、食品業界を中心に広島地域産業デザイン振興協会を組織している。いずれの業界も、デザ

インに対する関心は高まっているが、経営的視点にたつて、デザイン活動をどのように企業システムの中に位置づけていくか等、企業内の商品開発システムやデザインのマネジメントに関する認識は、まだまだ希薄である。この点が当面の指導課題であると考えている。

⑤ 実施概要

① 基本指導

テーマ：商品開発組織をデザインする
実際の経験・事例を通してのデザイン組織づくりの有り方、デザインの進め方について、さらに地方におけるデザインビジネス・デザインプロジェクト(チームづくり)への提言・助言であった。

●ジゲおこしから販路開拓へ向けて——大丸百貨店の流通システムを事例として

①指導日・場所

昭和61年3月13日、14日

鳥取県立社会教育センター

②指導対象組合・企業

八頭郡木材工芸振興会、社団法人鳥取県物産協会会員、鳥取県貿易振興会会員

③専門指導員

大城戸建雄

(株)大丸営業本部デザイン室

④現状

鳥取県内には、和紙、緋、木、竹製品をはじめ、古くからの伝統に育まれた特産品が数多くある。しかしこれらの製造業者は、中小企業がほとんどで、販路の開拓に苦慮しているところである。今後、これらの業界の振興のためには、いかに市場情報を収集し、消費者のニーズに合った商品の開発と販路の拡大を図るか、そのノウハウの取得が必要となっている。

⑤実施概要

①基本指導

本県が推進する「ジゲおこし」の中で作り出された地場特産品の販路開拓に向けて、商品デザインの面から具体的事例に基づいてアプローチすることにより、デザインに対する理解を深め、製品の高級化を図り、販売促進に資する。

②開発指導

会場に持ち寄った各自の製作している木竹製品について、消費ニーズに合ったデザインの改善指導および助言を直接受けることにより、販売促進に資する。

香川

●石材彫刻とクラフトデザイン

①指導日・場所

昭和60年12月6日、7日

牟礼町商工会

②指導対象組合・企業

讃岐石材加工(協)、他

③専門指導員

宇佐波徳美 (有)ウサナミデザイン研究所代表取締役

④現状

関連企業数約350社、従業員数約2000人で構成する本県の石材産業の年間生産額は約200億円であり、茨城、愛知と共に3大産地を形成している。墓石や灯籠が主製品であるが、最近低価格の完成品輸入が急増してきており、また運賃コストや地元庵治石価格の大幅上昇のため、業績は伸び悩んでいる。それゆえ業会では販売促進活動の充実、設備の近代化などに積極的に取り組んでいるところである。

⑤実施概要

①基本指導：西武クラフト展のビデオを活用しながら「伝統性と今日の接点を考える」という

テーマで“典型”や“慣れ”の中に埋没しがちな伝統産地の危険性とその活性化の方向づけについて講演がなされた。

②開発指導：斬新な石材彫刻で現在活躍中の組合員5社を巡回し、産地の特性を活かした彫刻デザインの方法について実際に助言がなされた。

⑥今後の方向性

今日の多様化する生活様式や消費者ニーズに応えるためには、“産地の特性や庵治石の特質”と“今らしさ・今日性”をクロスオーバーさせた石材彫刻のクラフト化を進めていく必要があるのではないかと。

徳島

●パッケージデザイン〔菓子・地酒・味噌・若布・漬物〕

①指導日・場所

昭和60年11月21日、22日

(財)鳴門地域地場産業振興センター

②指導対象組合・企業

徳島県味噌工業(協)

徳島県漬物加工販売(協)

鳴門酒造組合

鳴門若布加工(協)

鳴門菓子同志会

③専門指導員

八尾武郎

(株)YAOデザイン研究所代表取締役

④現状

鳴門市及び藍住町、板野町、北島町、松茂町からなる鳴門地域の産業は、その多くが地域固有の原材料資源地域資源などに根ざして発展してきている。また地域住民の生活や地域の歴史・自然・文化と深い係わりを有しており、経営基盤はこれらの地域の社会的土壌に支えられ、観光との結びつきも多いが、地場産品は伝統性、地域性のほかに、高級イメージを持たせ個性的な商品へと脱皮することが必要である。

⑤実施概要

①基本指導

第1日目 「マーケティングにおけるパッケージデザイン」をテーマにスライド併用で講演会を行い、終了後菓子類生産業者特産の商品パッケージデザインについて、直接指導を行った。

②開発指導

第2日目 地酒・味噌・若布・漬物生産者持参の商品について、商品ごとの求評と直接指導を行った。

●タオル

①指導日・場所

昭和60年10月7日、8日
今治市

②指導対象組合・企業

四国タオル工業組合

③専門指導員

宇野政雄
早稲田大学商学部教授

④現状

今治市の繊維業界は、国内需要の伸びなやみ、開発途上国からの追い上げなど、厳しく多難な時代を迎えております。このときにあたり、新たな活路を開き、国際競争力を強化して地場産業の振興を図ることが必要である。

⑤実施概要

マーケティング全搬、商品企画・販売政策・流通市場動向・情報・分析・商品開発・販売戦略

●タオルデザイン

①指導日・場所

昭和60年11月14日、15日
今治市

②指導対象組合・企業

愛媛紋匠デザイン協同組合

③専門指導員

山本竜一
アトリエ・ド・リュウ主宰

④現状

今治市の繊維業界は、国内需要の伸びなやみ、開発途上国からの追い上げなど、厳しく多難な時代を迎えております。このときにあたり、新たな活路を開き、国際競争力を強化して地場産業の振興を図ることが必要である。

⑤実施概要

[講演会とデザイン相談]

- ・商品企画とタオル製品のファッション動向の正確な把握
- ・モデルデザインの提示
- ・海外収集製品の提示
- ・ジェトロ収集品の供覧

●パッケージデザイン〔菓子〕

①指導日・場所

昭和61年3月18日、19日
久留米市

②指導対象組合・企業

久留米菓子協同組合

③専門指導員

藤田実
(株)YAOデザイン研究所チーフデザイナー

④現状

久留米地域菓子産業の特徴は、「干菓子」を中心に発達してきたことと旧有馬藩の御用菓子として発達したことである。そして名古屋、広島につぐ三大産地の一つとされている。しかし総体的にパッケージ面において劣っているのが実情である。(生産高110～120億円)

⑤実施概要

①基本指導

1. 基本的パッケージデザイン
2. 種類別パッケージデザイン
 - ・内装パッケージ
 - ・外装パッケージ
3. 売れるデザインの他商品との事例比較

②開発指導

個別指導

●買う立場からのマーケティング戦略

①指導日・場所

昭和61年3月28日、29日
大分文化会館

②指導対象組合・企業

県産品生産者、商工団体・市町村職員等

③専門指導員

伊吹卓 経営コンサルタント
(株)CQC研究所代表取締役

④現状

大分県においては、昭和54年に一村一品運動が始まって以来、県下各地域において積極的に商品づくりに取組んでいる。
8年目を迎えた現在、各地に生まれた多彩な商品の流通対策が重要な課題となっている。
そのため、県としても各種の流通対策を実施しているが、中小メーカー等と一体となった販売に対する取り組みとともに、市場ニーズにマッチした商品開発およびその方策が重要なポイントとなっている。

⑤実施概要

左記現状から、商品開発等において、生産者のひとりよがりではなく、買う立場からどういった商品が好まれるのか、そして、それを見つけた方策はどうすればよいか、ということで「買う立場からのマーケティング戦略」というテーマで講演会および現地指導を行った。

熊本

●パッケージデザイン〔特産品〕

①指導日・場所

昭和60年11月18日、19日
熊本郵便貯金会館

②指導対象組合・企業

熊本県物産振興協会

③専門指導員

岡田宏三
(株)オーディ代表取締役

④現状

熊本県内の特産品業者は、大半が中小企業者であるため専門のデザインスタッフや十分なデザイン開発力を持つまでに至っていない。しかし一方で、消費者（観光客）のニーズは絶えず変化しており、中でもデザインの良し悪しは従来以上に商品の「魅力」に関わりを持つようになっている。特に特産品は「土産物としての性格が強いため、パッケージ（包装紙）が消費者の購売意欲に大きく影響しており、レベルの高いパッケージデザイン開発が、県内特産品業者に求められている。

⑤実施概要

①基本指導

〔講演会〕

特産品のパッケージについての最近の傾向、事例紹介、今後のあり方等について。

〔デザイン相談〕

参加が現在使用しているパッケージ(包装紙)等についての個別アドバイス。

沖縄

●繊維製品〔読谷山花織・読谷山ミンサー〕

①指導日・場所

昭和60年10月17日、18日
読谷村伝統工芸総合センター

②指導対象組合・企業

読谷山花織事業協同組合

③専門指導員

山岸柗史
テキスタイルアートスタジオ代表

④現状

沖縄県の中部に位置する読谷村は農業（主にサトウキビ）を基幹産業としている。工芸品については陶器、織物があり、陶器は最近当地に窯を移転する傾向にあり、また織物には婦人が従事している。
読谷山花織は約500年の歴史を持ち、種類としては花織の紋織物とミンサーの平織があり、植物染料を主に使用している。織物の従事者は現在172名で年間生産額は約9300万円である。近年全国伝統工芸品展等、県外での展示会に積極的に出品するなど、全国的にも知られるようになったが、消費者ニーズに合ったデザインが

求められている。

⑤実施概要

①開発指導

- ・和服における柄、色等配置の決まりについて。
 - ・年代別の花織の柄、色の組合せ〜どうすればよいか。
 - ・テーブルセンター等以外のクラフトの開発〜その可能性は。
- 等の点について指導を受けた。

優指導事業を終えて——優事業事務局
昭和60年度の優事業は、22地方庁（1市、3地
場振センターを含む）の参加があり、専門指導
員20名により延61日間の現地指導が行われました。
今年度もパッケージデザインの指導が多く見受
けられましたが、中には対象業種を限定しない
で、マーケティング、デザインマネージメント
などをテーマとしたデザインセミナー形式の指
導も幾つか見られます。

これは、従来の商品群別・産地別のデザイン指
導に加え、企画・商品コンセプトの設定、販売・
流通に係わる経営資源としての“デザイン”が
認識されてきたものと思います。

この報告書の巻末では、そのようなデザイン指
導も含め、現地よりご報告いただいた中から、
いくつかの基本指導の詳細をご紹介します。
今後の指導にあたっての参考となれば幸いです。

北海道

①木製家具

①家具の出荷額は、昭和30年代から40年代に
かけて2けたの伸びを示していたが50年以降伸
び率が鈍化しており、飽和市場化している一方、
異業種（ヤマハ、ビクター等）が市場に新規参
入しており、企画力等の差で在来業者にとって
は脅威となっている。

②デザイン開発のプロセスは、本来、概念設計
→意匠設計→製品化設計という流れでなければ
ならないが、従来家具の分野では「製品化のし
やすさ」の観点からデザイン開発がスタートし
ていた。しかし、最近では「生産寸法」よりも「生
活寸法」が重視されるようになってきており消
費者のニーズに合わせたデザイン開発を本来の
プロセスに従って行わなければならない。

③衣食住のうち、衣食は充足され、これからは
住の時代である。インテリアに対する関心が非
常に高まっており、今後家具の需要は増加する
のではないかと。

②小木工品

①時流を追いかけたモノは短命であり、特に土
産品は、あきのこない、味わいの深いモノをめ
ざすべきであろう。最近の土産品は観光客にこ
びたモノが多すぎる。

②光沢のあるモノは売れない時代になってきた
特木工品にあっては、素材を生かし、塗装する
場合でも、ツヤ消しにする等の配慮が必要。

③単なる土産品としてではなく、専門小売店に
並べてもおかしくないモノを作るべきである。

③菓子パッケージ

①個性の強いデザイナー1人に頼るよりも、企
業全体のイメージを生かすように、デザイナー
を活用することが重要。

②商品ができてからパッケージを考えるのでは
なく、商品開発の過程からパッケージデザイン
を考えることが必要。

③おいしさを表わす色は暖色系であることを理
解していないケースがままある。

④従来は、パッケージは商品を「保護する」「包
む」ものという認識のみでよかったが、商品が
あふれている現在、商品情報を提供するという
面が非常に重要になっている。

山形市

①デザイン開発

①世の中を知る——市場環境情報と分析

②人を知る——消費者動向

③敵を知る——競合分析

④己を知る——企業分析、自己診断

⑤取り組み方を知る——開発体制の整備

②ものづくりの流れ

ものづくり →道づくり(商品の位置づけ) →
市づくり(不得定多数)

①1人称づくり——自分のもの——自分の作品

②2人称づくり——あなたのもの——受注製品

③3人称づくり——みんなのもの——オープン
マーケット

③地場産業の現状認識

手造りが見直されている時代で、地域特性並び
に特徴を守りながら産地イメージの高揚を図る
ことが重要であり、産地及び伝統がどうゆう意
味をもっているかを考える時期でもある。(風潮
としては、伝統産地のものだけでなくとも同類のも
のであれば良いという傾向にある。)

④伝統を現代に結びつけるためには

①異常 →何もない所に新しいことをやる

↓
ニュース →ニュース性がある

↓
ストーリー →物語りが簡単に作れる

②日常 →伝産地

↓
ニュースにならない →あまりにも日常的
↓
活性化 →産地としての取り組み方

③異質 →異業種 →ギフト市場参入 →従来
の産地の衰退

④同質 →同業者 →コスト競争 →異質の状
況把握

⑤典型形 紋切形 型やぶり

↓ ↓ ↓
前向き 消極的 後で認められる

無境界現象 →他業界企業の取扱品の変化
異業種交流の概念だけでなく広い視野で状況を
把握するとともに、産地間屋のない対応策とし
て協同出荷の道を作ることが必要である。(産地
間屋のあるところでは、逆に弊害になっている
産地もある。)

⑤色の世界(配色の基本)

①トーン配色(ブラデション配色)

地区 →関東以北

知的(一般的でヨーロッパ型)

②色素配色

地区 →関西以南

個性的(このみ、原始的)

⑥デザインの概念と商品領域

①デザインの分類

●視覚伝達に関わるデザイン

●生活のために必要な生産品に関わるデザイン

●環境形成に関わるデザイン

②プロダクト・デザイン

●機械生産方式

●手加工依存度の高いもの

③製品領域

●インダストリアル・デザイン (大量・中量生
産分野、大型製品分野、中量生活用品分野、
アートの製品分野)

●クラフト・デザイン

●生活関連用品 (中でも、陶磁器、ガラス、木
工製品に多く見られる。)

⑦イメージ・ファイル

[ポイント]

①商品の感性(質)をさぐる →商品の特徴

②顧客ターゲットをさぐる →今後の設定

③商品コンセプトをさぐる →商品戦略

④自社製品の位置づけを知る →客観的判断

⑤競合商品の戦略を知る →検討材料

⑥異業種・異分野から学ぶ →自社商品の方向

⑦売れ筋のデータ・ベースをつくる →売れ筋
[動向]

⑧広告・宣伝の発想に役立つ →CI戦略

⑧本事業の成果

研修会で指導していただいた事項をふまえ、そ
の後伝統工芸士会後継者達で話し合いをした結
果、山形鋳物産業の活性化並びに資質の向上を

目指し、グループを構成するとともに月例会の実施などが検討され、多大の成果を収めることができた。

宮城

- ①パッケージは、商品の開発に含まれている。
- ②パッケージデザインは、マーケティングデザイン。
- ③パッケージは会社の顔
- ④便益性を売る
便利性+利益性
- ⑤買う立場に立ってものを考える
- ⑥パッケージの戦略
ターゲットをはっきり見きわめる。
コンセプトの明確化。
- ⑦中身と外とのバランス
高級なものは高級なパッケージ。
二極分化→高級化
簡便化（インスタント）
- ⑧商品にストーリー（シナリオ）が必要
- ⑨自分の商品を買う理由を聞く
その中からオリジナリティーの発見の可能性がある。
- ⑩売場の演出——市場の優位性を保つ
- ⑪味噌の場合容器の高級さで付加価値を高めようとするのではなく、容器にとらわれてはいけない。——料理のPR
- ⑫デザインの統一性
同じデザイナーに依頼する。
リ・デザインは必要だが、がらっと変えても前のイメージは残す。

滋賀

信楽の最大の問題点は、急速に変化している消費者の価値観をどこまで早く、敏感に把握し、対応出来る体制がとれるかにつきまと思われま
す。
作家の大勢住む観光地という側面も、確かに重要ではありますが、産業としての発展を考えると、ことさらに消費者の価値感の変化を把握することが、最も大切です。特に『モノ』の所有・非所有、良し・悪しでなくなった事に注意する必要があります。むしろ『コト』の可能性その『do』の価値が求められ始めました。例えば、楽しい「遊びのある食器」という『モノ』よりも、消費者は創造的な生活行為としての「遊べる食器」、その『do』に魅力を感じています。
食器というカテゴリーの情報化は、最近急速に拡大しています。毎月発行される多数のグラフ雑誌や、暮らしの情報誌、TVの料理番組等々を

参照。食器そのものはともかくとして、食器のあるシーン、『コト』や『do』に関しては、これを参考にした消費者の方が、情報量が多いかもしれません。この状況こそがソフト化の時代、産業界における川下論のゆえんであります。はたして信楽においては、この川下の変化にどう対応していくのか、製品の開発もさることながら、産地をあげての情報性のレベルアップこそが大切です。市場の中で、当産地の望まれている位置がおそらく産地自身に理解されていないと思われま
す。暮らしの情報、変化する価値感の情報、マーケットの情報、こういった情報のin・outに関するセクションの確立が最も望まれます。

今、市場はグルメのブーム、中でも『和』の方向に関心が集中しています。洋風のインテリア、洋食においても『和』の匂いが求められています。ナチュラル、ヘルシー、ハンドワーク感覚、新しい伝統回帰が話題です。食器の市場における信楽には、かなりの可能性に恵まれています。未成熟かも知れない企業規模等に、かえって反転する可能性が秘められているのではないのでしょうか？

また、補足するならば、『モノ』や『モノの作り手』の可能性は、かなり現状に潜んでいると思います。問題は暮らしの変化を意外なほど、流通が反映していない事でしょう。ですから、クリエーターそのものよりも、市場とのコーディネイターか、ディレクターか、プロデューサーのようなポジションを産地として考える必要があるのではないかと考えま
す。

福岡

商品パッケージの役割りの本質（商品をまとめ、商品を保護し、商品を移動し、商品を知らせ、商品を他製品と区別し、商品を保管するという基本的事項）を、業界の今後の商品開発の中で指導する考えである。

当面の課題として、今回実施した既製商品のパッケージの求評において、講師先生から指摘を受けた地域特性の表現（個性化）や、企業イメージアップのための商標マーク・屋号等の統一化、さらには商品の内容と外見のバランスなどについて再度検討を加え当センターと県工業試験場の連携のもとに積極的な指導を実施したいと考えている。

特にパッケージの4つの機能、すなわち生産性機能、情動的機能、生活的機能、処置的機能を十分検討し、生産者と消費者のコミュニケーションの媒体となるパッケージデザインについての

指導に努力したい。

大分

- 1.「なぜ売れないか」と考えるな、
「なぜ買わないか」と考えよ。
そうすれば、お客の不満が見えてくる。
- 2.「なぜ買わないか——」
その理由は簡単。
消費者側に何か不満があるからだ。
- 3.「売れるようにしたい」と思ったら、
消費者が感じている不満を見つけて改善せよ。
欠点を直せば売れるに決まっている。
- 4.消費者は「満足」するためにお金を払う。
お金を出してまで不満を買う人はいない。
だから、買って欲しいと思うのなら、
不満のない商品(店)にすることだ。
- 5.商品を作った人に聞くな。
買う人に聞け。
商品の値うちは買う人が知っている。
- 6.買ってくれるかどうか、
社長に聞くより消費者に聞け。
社長は「売る人」であって「買う人」ではない。
- 7.売れる商品(店)は、よいから売れるのではない。
不満がないから売れる。
人間は、不満に対して敏感なのである。
- 8.なぜ消費者の不満が見つからないか。
あなたが、消費者の不満を喜んで
聞こうとしないからだ。
- 9.「お叱りいただきます」の心を持って。
批判は、商品(店)を売れるようにする
アイデアの宝庫である。
- 10.人間は不平不満の動物である。
それだけに、満足を与えられたときの
喜びは大きいと知れ。

参加地方庁・団体一覧

●北海道商工観光部工業課地場工業係

〒060 北海道札幌市中央区北3条西6丁目
TEL. 011-231-4111

●青森県商工労働部観光課物産班

〒030 青森県青森市長島1-1-1
TEL. 0177-22-1111

●岩手県商工労働部商政課物産貿易係

〒020 岩手県盛岡市10-1
TEL. 0196-51-3111

●秋田県工業技術センターデザイン部

〒010-16 秋田県秋田市新屋町字砂奴奇4-1
TEL. 0188-62-3414

●宮城県商工労働部商工振興課地場産業振興係

〒980 宮城県仙台市本町3-8-1
TEL. 0222-63-2111

●山形県商工労働開発部経営指導課

〒990 山形県山形市松波2-8-1
TEL. 0236-30-2364

●山形市役所産業部商工課工業係

〒990 山形県山形市旅籠2-3-25
TEL. 0236-41-1212

●茨城県商工労働部工業振興課

〒310 茨城県水戸市三の丸1-5-38
TEL. 0292-21-8111

●栃木県商工労働部経営指導課商業振興係

〒320 栃木県宇都宮市塩田1-1-20
TEL. 0286-23-3178

●埼玉県工業技術研究所企画開発部

繊維デザイン課

〒338 埼玉県浦和市木崎3-10-1
TEL. 0488-33-1511

●神奈川県工業指導所工芸意匠科

〒250 神奈川県小田原市本町1-7-53
TEL. 0465-22-4168

●滋賀県立信楽窯業試験場業務係

〒529-18 滋賀県甲賀郡信楽町長野498
TEL. 07488-2-1155

●和歌山県経済部産地振興課振興第1班

〒640 和歌山県和歌山市小松原通1-1
TEL. 0734-32-4111

●広島県商工労働部商工振興課通商係

〒730 広島県広島市中区基町10-52
TEL. 082-228-2111

●鳥取県商工労働部通商観光課地域振興係

〒680 鳥取県鳥取市東町1-220
TEL. 0857-26-7221

●香川県経済労働部企業振興課通商係

〒760 香川県高松市番町4-1-10
TEL. 0878-31-1111

●(財)鳴門地域地場産業振興センター

〒772 徳島県鳴門市撫養町南浜字東浜165-10
TEL. 0886-85-2826

●(財)今治地域地場産業振興センター

〒794 愛媛県今治市旭町2-3-5
TEL. 0898-32-3337

●(財)久留米地域地場産業振興センター

〒830 福岡県久留米市東合川町1330
TEL. 0942-44-3700

●大分県商工労働部商工振興課地場産業係

〒870 大分県大分市大手町3-1-1
TEL. 0975-36-1111

●熊本県商工観光労働部商政課企画商業振興班

〒862 熊本県熊本市水前寺6-18-1
TEL. 096-383-1111

●沖縄県商工労働部観光・文化局工芸産業課
工芸企画係

〒900 沖縄県那覇市泉崎2-3-2 明治泉崎ビル5F
TEL. 0988-66-2700

現地指導員

●北海道

菅又淳悦 北海道立工業試験場工芸部長
〒060 北海道札幌市北区北19条西11丁目
TEL. 011-742-2211

●青森県

金沢昭夫 青森県木工指導所意匠課長
成田卓夫 青森県木工指導所主任研究員
〒030 青森県青森市八ッ役芦谷202-4
TEL. 0177-39-8551
望月好夫 青森県工業試験場漆工課長
力戸真樹 青森県工業試験場主任研究員
〒036 青森県弘前市袋町80
TEL. 0172-32-1466

●岩手県

高橋勇介 岩手県工業試験場主任専門研究員
湯口靖彦 岩手県工業試験場主任専門研究員
〒020 岩手県紫波郡南村津志田第26地割字氏子淵
TEL. 0196-36-3640 17-2

●秋田県

石山昌孝 秋田県工業技術センターデザイン部主任専門研究員
〒010-16 秋田県秋田市新屋町字砂奴奇4-1
TEL. 0188-62-3414

●宮城県

佐藤 明 宮城県工業技術センター研究員
〒982 宮城県仙台市長町8-7-20
TEL. 0222-48-4386

●山形県

藤田壽夫 山形県工業技術センター専門研究員
武井呉郎 山形県工業技術センター専門研究員
羽生田光雄 山形県工業技術センター研究員
〒990 山形県山形市沼木字車の前683
TEL. 0236-44-3222

●山形市

武井呉郎 山形県工業技術センター工芸部デザイン室専門研究員
羽生田光雄 山形県工業技術センター工芸部デザイン室研究員
〒990 山形県山形市沼木字車の前683
TEL. 0236-44-3222

●茨城県

平松茂夫 茨城県工業技術センター工芸意匠部主任研究員
〒311-31 茨城県東茨城郡茨城町長3781
TEL. 0292-93-7213

●栃木県

井口昭儀 工業技術センター意匠工芸部長
〒322 栃木県鹿沼市白桑田516-1
TEL. 0289-62-5211

●埼玉県

大森善夫 埼玉県工業技術研究所企画開発部繊維デザイン課課長
町田芳明 埼玉県工業技術研究所企画開発部繊維デザイン課主任
中島規之 埼玉県工業技術研究所企画開発部繊維デザイン課技師
〒338 埼玉県浦和市木崎3-10-1
TEL. 0488-33-1511
高橋広子 埼玉県繊維工業試験場秩父支場試験課技師
〒368 埼玉県秩父市熊本町28-1
TEL. 0494-22-0134

●神奈川県

永松千幸 神奈川県工業指導所工芸意匠科長
渡辺大晃 神奈川県工業指導所主任研究員
〒250 神奈川県小田原市本町1-7-53
TEL. 0465-22-4168

●滋賀県

河井宏司 滋賀県立信楽窯業試験場主査
福村 哲 滋賀県立信楽窯業試験場技師
伊藤公一 滋賀県立信楽窯業試験場技師
〒529-18 滋賀県甲賀郡信楽町長野498
TEL. 07488-2-1155

●和歌山県

土井音次 和歌山県漆器試験場次長
〒642 和歌山県海南市船尾226-2
TEL. 07348-2-0844
小川幸夫 和歌山県工業試験場木材工業部長
〒649-62 和歌山県和歌山市小倉60
TEL. 0734-77-1271

●広島県

大藤恭一 広島県立工業試験場デザイン部研究員
〒729-01 広島県福山市柳津町2252-18
TEL. 08485-2-4161

●鳥取県

藤本 章 鳥取県工業試験場産業工芸科長
〒680 鳥取県鳥取市秋里390
TEL. 0857-22-8321

●香川県

郡谷文雄 香川県工業技術センターデザイン指導室
〒761 香川県高松市郷東町587-1
TEL. 0878-81-3175

●徳島県

米川孝宏 徳島県工業試験場科長
富田祥子 徳島県工業試験場主任研究員
〒770 徳島県徳島市北前川町2-6
TEL. 0886-22-3322
辻 潤一 (財)鳴門地域地場産業振興センター事務局長
野崎久雄 (財)鳴門地域地場産業振興センター
〒772 徳島県鳴門市撫養町南浜字東浜165-10
TEL. 088-85-2826

●愛媛県

諏訪弘一 愛媛県匠デザイン協同組合理事長
〒794 愛媛県今治市旭町2-3-21
TEL. 0898-32-9211
中村 修 四国タオル工業組合販売貿易委員長
遠藤 綱 四国タオル工業組合事務局長
〒794 愛媛県今治市旭町1-4-10
TEL. 0898-32-7000

●福岡県

進藤慶之助 (財)久留米地域地場産業振興センター理事長
〒830 福岡県久留米市東合川町1330
TEL. 0942-44-3700

●大分県

坂下仁志 大分県日田産業工芸試験所
〒877 大分県日田市石井町3
TEL. 0973-23-2213

●熊本県

津田真司 熊本県商工観光労働部商政課主幹
〒862 熊本県熊本市水前寺6-18-1
TEL. 096-383-1111

●沖縄県

平良昭隆 沖縄県工業指導所主任研究員
〒901-11 沖縄県南風原町字照屋213
TEL. 0988-89-1186

昭和60年度(優)事業専門指導員

- 伊吹 卓 株CQC研究所代表取締役社長
〒541 大阪市東区瓦町5-55-1 北御堂アーバンライフ714号
TEL 06-202-3494
- 宇佐波徳美 南ウサナミデザイン研究所代表取締役
〒106 東京都港区六本木6-8-18-302
TEL 03-403-7180
- 宇野 政雄 早稲田大学商学部教授
〒160 東京都新宿区西早稲田1-6-1
TEL 03-203-4141
- 大城戸建雄 株大丸デザイン室技術課長
〒542 大阪市南区東清水町44
TEL 06-251-7548
- 岡田 宏三 株オーディ代表取締役
〒106 東京都港区六本木3-8-18-133
TEL 03-403-2613
- 荻野 克彦 南ハンブティダンブティ代表
〒160 新宿区新宿3-2-2
TEL 03-358-4890
- 喜田 照正 株大丸本社デザイン室技術課長
〒542 大阪市南区東清水町44
TEL 06-251-7548
- 楠見 昂 西川産業株マーチャンダイジング企画室課長
〒103 東京都中央区日本橋富沢町8-8
TEL 03-664-8161
- 黒木 靖夫 ソニー株商品本部副本部長
〒141 東京都品川区北品川6-7-35
TEL 03-448-2412
- 武田 恵子 株伊勢丹研究所デザイン開発研究員
〒160 東京都新宿区新宿3-14-1
TEL 03-352-1111
- 佐戸川 清 株ゼロ・ファーストデザイングループ代表取締役
〒107 東京都港区南青山5-10-5 第二管谷ビル
TEL 03-409-7651
- 鈴木 庄吾 北海道東海大学芸術工学部教授 北方生活研究所所長
〒070 旭川市忠和224
TEL 0166-61-5111
- 関口 進 松屋商事株クラフト商品部部长
〒104 東京都中央区明石町2-20
TEL 03-542-6891
- 中村 宏 南絆リサーチ取締役
〒106 東京都港区六本木4-3-11 六本木ユニハウス212
TEL 03-405-5448
- 羽生 道雄 モノプロデザイナーズ モノプロ工芸株代表取締役
〒213 川崎市宮前区菅生1873-3
TEL 044-976-0551<代>
- 半田 浩也 株レナウン チーフ・テキスタイル・デザイナー
〒135 東京都江東区永代2-37-25
TEL 03-641-1111
- 藤田 実 株YAOデザイン研究所取締役チーフデザイナー
〒160 東京都新宿区本塩町9-3 司法書士会館3F
TEL 03-357-3668
- 八尾 武郎 株YAOデザイン研究所代表取締役
〒160 東京都新宿区本塩町9 司法書士会館3F
TEL 03-357-3668
- 山岸 征史 テキスタイル・アート・スタジオ代表
〒158 東京都世田谷区玉川1-12-13
TEL 03-709-0621
- 山本 竜一 アトリエ・ド・リュウ主宰
〒607 京都市山科区御陵別所町84-2
TEL 075-581-2214

(財)日本産業デザイン振興会 (優)事業委員会事務局

〒105 東京都港区浜松町2-4-1 世界貿易センタービル別館4階
TEL 03-431-0714/435-5633・5634