



# DESIGN PROMOTION FOR REGIONAL INDUSTRIES

昭和62年度日本優秀デザイン商品開発指導事業実施報告書

JIDPO



昭和62年度

# 日本優秀デザイン商品開発指導事業 実施報告書

北海道

---

青森県

岩手県

秋田県

宮城県

山形県

山形市

---

茨城県

栃木県

埼玉県

神奈川県

新潟県

---

滋賀県

---

広島県

鳥取県

---

香川県

愛媛県

---

福岡県

大分県

熊本県

---

沖縄県



# 昭和62年度<sup>優</sup>事業専門指導員

- 石井 甫 ㈱西武百貨店商品業務部商品政策部長  
〒170 東京都豊島区東池袋3-1-1 サンシャイン60  
TEL. 03-989-0111
- 伊藤 匡 ㈱クリエイティブ・コア アートディレクター  
〒060 北海道札幌市南2条西6丁目 土肥ビル4F  
TEL. 011-232-0222
- 今井 俊博 ㈱マーケティングコンビナート代表取締役  
〒150 東京都渋谷区代々木3-31 代々木ハイツ408  
TEL. 03-379-1847
- 宇佐波徳美 ㈱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
- 内田 繁 ㈱スタジオ80代表取締役  
〒107 東京都港区南青山1-17-14  
TEL. 03-479-5071
- 大谷由美子 ㈱フウ未来生活研究所代表取締役  
〒112 東京都文京区関口1-17-9 2F  
TEL. 03-269-0129
- 大西政太郎 京都市立芸術大学、嵯峨美術大学講師  
〒610-01 京都府城陽市久世下大谷6-248  
TEL. 07745-3-5393
- 岡田 宏三 ㈱オーディ代表取締役社長  
〒106 東京都港区六本木7-12-23 2-A  
TEL. 03-403-2613
- 荻野 克彦 ㈱荻野克彦デザイン事務所代表取締役  
〒160 東京都新宿区新宿3-2-2 紺野ビル  
TEL. 03-358-4890
- 桑原 隆男 クワバランスデザイン代表  
〒206 東京都多摩市落合3-3-7-404  
TEL. 0423-71-5720
- 嶋 佐知子 嶋住環境設計㈱代表取締役  
〒160 東京都新宿区高田馬場1-28-19-201  
TEL. 03-232-6158
- 高木 晃 ㈱高木晃デザイン事務所代表取締役  
〒150 東京都渋谷区桜丘町29-35  
TEL. 03-463-5826
- 中村 宏 ㈱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  
TEL. 03-405-5448
- 永山 元明 ㈱絃デザイン研究所代表取締役  
〒108 東京都港区高輪2-1-11-317  
TEL. 03-444-0411
- 服部 守久 ㈱博報堂生活総合研究所主席研究員  
〒101 東京都千代田区神田錦町3-22  
TEL. 03-233-6450
- 平野 拓夫 ㈱平野デザイン設計代表取締役  
〒158 東京都世田谷区深沢8-12-7  
TEL. 03-704-3111
- 藤田 実 ㈱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
- 水野 暢子 学校法人東京デザイナー学院  
ファッション科非常勤講師  
〒101 東京都千代田区神田駿河台2-11  
TEL. 03-294-2831
- 皆川 節夫 東レ㈱ファッション企画部  
〒103 東京都中央区日本橋室町2-2-1  
TEL. 03-245-5440
- 三原 昌平 ラジカルデザインスタジオ代表  
〒206 東京都多摩市落合835-1-201  
TEL. 0423-75-7681
- 森 菊五郎 ㈱クリエイティブファイブ代表  
〒160 東京都新宿区若葉町1-7 四ッ谷若葉マンション104  
TEL. 03-357-6913
- 八尾 武郎 ㈱YAOデザイン研究所代表取締役  
〒160 東京都新宿区本塩町9-3 司法書士会館3F  
TEL. 03-357-3686
- 山崎 昌久 ㈱大丸本社営業本部商品統括室デザイン室  
ヘッドディレクター  
〒542 大阪府大阪市南区西清水町8 御堂筋ビル  
TEL. 06-251-7548
- 山本 良一 ㈱パックベッカー社長  
〒171 東京都豊島区南池袋2-8-5  
ライオンズマンション南池袋602  
TEL. 03-989-1977
- 和田 亨 ㈱アド・クリエイター代表取締役社長  
〒150 東京都渋谷区神宮前6-33-18-102  
TEL. 03-400-7366

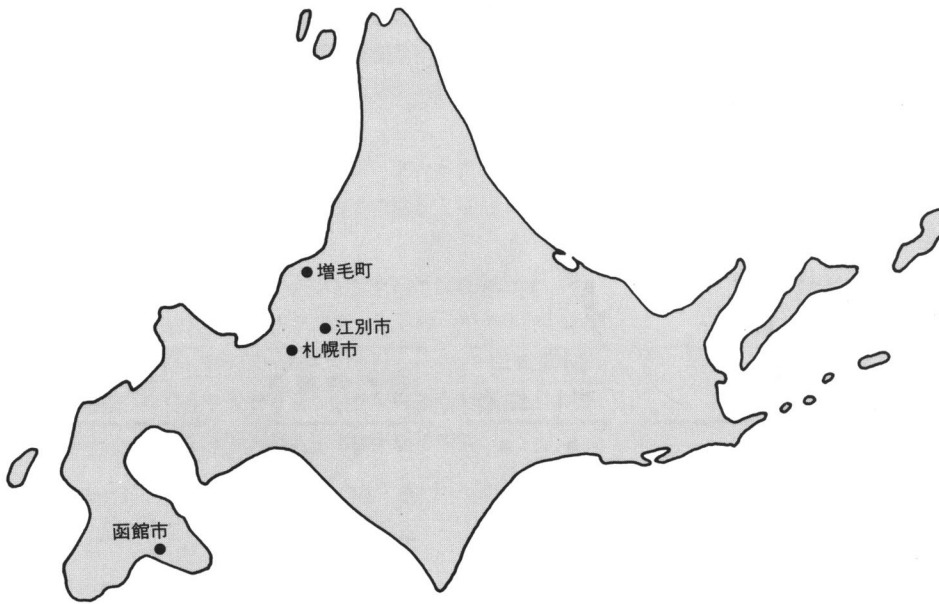
(五十音順敬称略)



# 昭和62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		
① 北海道	5	パッケージデザイン(菓子)	●	●	八尾 武郎	62. 10/22~23
		パッケージデザイン(食品)	●	●	藤田 実	62. 11/24~25
		パッケージデザイン(水産加工品)	●	●	藤田 実	63. 1/25~26
		工芸陶磁器	●	●	大西 政太郎	63. 2/25~26
		パッケージデザイン(蒲鉾)	●	●	和田 亨 伊藤 匡	63. 3/31
② 青森県	3	小木工品・漆器	●	●	宇佐波 徳美	62. 11/4~5
		パッケージデザイン	●	●	藤田 実	62. 11/19~20
		//	●	●	岡田 宏三	63. 2/15~16
③ 岩手県	1	漆器・鉄器・小木工品	●	●	岡田 宏三 服部 宏守 三久	63. 3/5
④ 秋田県	2	パッケージデザイン(漬物・菓子)	●	●	岡田 宏三	62. 9/24~25
		漆器(食卓用品)	●	●	宇佐波 徳美	63. 1/25~26
⑤ 宮城県	1	パッケージデザイン(食油・菓子)	●	●	八尾 武郎	62. 8/10~11
⑥ 山形県	1	パッケージデザイン(味噌・醤油)	●	●	山本 良一	63. 2/3~4
	1	山形鋳物	●	●	宇佐波 徳美	63. 3/10~11
⑦ 茨城県	1	桐下駄・タンス・工芸品	●	●	荻野 克彦	63. 2/26~27
⑧ 栃木県	1	パッケージデザイン(食品・民芸品)	●	●	藤田 実	63. 2/22~23
⑨ 埼玉県	2	繊維織物	●	●	皆川 節夫	62. 11/19~20
		インテリア装飾用品	●	●	嶋 佐知子	63. 2/12~13
⑩ 神奈川県	1	小木工品	●	●	大谷 由美子	62. 11/9~10
新潟県	2	金属洋食器	●	●	三原 昌平	63. 3/22~23
		家具・インテリア	●	●	内田 繁	63. 3/24~25
⑩ 滋賀県	1	食器・食卓用品	●	●	中村 宏	63. 1/18~19
⑩ 広島県	1	工作機械	●	●	平野 拓夫	62. 11/9~10
⑩ 鳥取県	1	県内製造業全般	●	●	森 菊五郎	62. 9/21~22
⑩ 香川県	2	測定用機器	●	●	桑原 隆男	62. 12/3~4
		パッケージデザイン(醤油・佃煮)	●	●	永山 元明	62. 12/9~10
⑩ (財)今治地域 地場産業振興センター	2	タオルデザイン	●	●	水野 暢子	63. 2/5~6
		漆器	●	●	高木 晃	63. 3/18~19
⑩ (財)久留米地域 地場産業振興センター	1	県内地場産品	●	●	宇佐波 徳美	63. 3/29
⑩ 大分県	1	一村一品産品	●	●	石井 甫	63. 2/22~23
⑩ 熊本県	1	食料品加工業	●	●	今井 俊博	63. 2/16~17
⑩ 沖縄県	1	繊維製品	●	●	山崎 昌久	62. 10/1~2





●北海道商工労働観光部工業振興課生活産業デザイン係  
〒060 北海道札幌市中央区北3条西6丁目  
TEL. 011-231-4111

## 1 菓子パッケージの開発

- 指導日・場所  
昭和62年10月22日、23日  
函館市
- 指導対象業種・品目  
菓子パッケージ
- 指導対象組合・企業  
(財)北海道菓子協会
- 専門指導員  
八尾武郎 (株)YAOデザイン研究所 代表取締役
- 現地指導員  
菅又淳悦 北海道立工業試験場芸芸部長

**現状**  
菓子の市場は既に成熟市場となっており、需要の拡大は困難な状況にある。  
円高の影響により、輸入品との競争が激化している一方で、原材料はさほど安くなっていない。

**問題点**  
経営・生産規模が極めて零細な企業が多い。  
品質そのものは本州製品と比較して遜色ないが、デザインの面で非常に見劣りするとされている。  
消費者のニーズが多様化し、しかも変化が早い  
ため、商品サイクルが非常に短くなっているが、商品開発力・デザイン開発力が弱いことから、適切な対応ができない。

### 実施概要

- ①基本指導  
テーマ：「菓子のパッケージについて」  
開発事例のスライドによる講演
- ②開発指導  
個別企業毎に既存製品に対する批評・改善指導が行なわれた。

### 今後の展開

道内の菓子関係団体としては、60年(札幌市—道央)、61年(帯広市—道東)、62年(函館市—道内)と講習会を開催してきており、63年に道北地域で全道を一巡する予定。

## 2 パッケージデザインの手法

- 指導日・場所  
昭和62年11月24日、25日  
札幌市
- 指導対象業種・品目  
観光土産品等のパッケージデザイン
- 指導対象組合・企業  
(社)北海道観光土産品協会
- 専門指導員  
藤田実 (株)YAOデザイン研究所取締役  
チーフデザイナー
- 現地指導員  
菅又淳悦 北海道立工業試験場芸芸部長

**現状**  
当協会は、観光土産品としての菓子・農水産加工品・民芸品などを製造しているメーカーを中心に、約380社で構成されている。

会員メーカーの年間生産額は、約500億円と推定される。

### 問題点

近年、観光土産品は、購入者の嗜好の多様化や同業者間の競争激化によって商品開発にも厳しさが求められているが、特に商品を印象づけるパッケージデザインの良否が売上げの重要なカギとなっている。  
しかし、当協会の構成企業は、中小業者が多く、自社製品のパッケージデザインも、印刷業者にまかせるか、社長自ら決定しており、企業・製品のイメージや購入者のニーズにマッチしたデザイン開発が非常に遅れている。

### 実施概要

- ①基本指導  
テーマ：「パッケージデザインの手法」  
他府県のメーカーのパッケージ等のスライドで紹介しながらデザイン開発の一般的な手法等について講演が行われた。
- ②開発指導  
個別企業毎に既存製品に対する批評・改善指導が行われた。

## 3 水産加工食品のパッケージデザイン

- 指導日・場所  
昭和63年1月25日、26日  
留萌支庁・増毛町
- 指導対象業種・品目  
食品パッケージ(水産加工品)
- 指導対象組合・企業  
北海道商工会連合会
- 専門指導員  
藤田実 (株)YAOデザイン研究所取締役  
チーフデザイナー
- 現地指導員  
菅又淳悦 北海道立工業試験場芸芸部長

**現状**  
留萌支庁管内の製造出荷額のうち、食料品製造業が約8割を占め、しかもそのうち水産加工製品が約7割となっており、地域の水産加工への依存度が極めて大きい。  
水産加工製品の大半は、塩蔵品、干製品など付加価値の低い製品である。



## 問題点

水産加工製品製造業を取り巻く環境は、消費者の嗜好の変化や競争の激化など非常に厳しいものがあり、消費者ニーズに合った製品開発が急激となっているが、製品差別化のための重要な要素であるデザインの分野での立ち遅れが目立っている。

## 実施概要

## ①基本指導

テーマ：水産加工食品のパッケージデザイン  
他府県のメーカーのパッケージ等をスライドで紹介しながらデザイン開発の一般的な手法等について講演が行われた。

## ②開発指導

個別企業毎に既存製品に対する批評・改善指導が行われた。

## 今後の展開

昨年の新得町に続く過疎の町での開催であり、日頃デザイナーと接触する機会のない人々にとって非常に刺激になっていた。

今後も大都市ばかりでなく、田舎町での展開を検討したい。

## 4

## 陶芸のデザイン

## ●指導日・場所

昭和63年2月25日、26日

札幌市・札幌国際ホテル、  
江別市・江別市野幌公民館

## ●指導対象業種・品目

工芸陶磁器

## ●指導対象組合・企業

北海道陶芸会

## ●専門指導員

大西政太郎 京都市立芸術大学・嵯峨美術大学  
講師

## ●現地指導員

菅又淳悦 北海道立工業試験場工芸部長

成されておらず、広大な地域に点在している。  
また、1～5名程度の零細規模が大半となっている。

## 問題点

本道の陶芸は、本州等の先進地に比較して伝統が乏しく、また、広大な地域に点在しているため、造形・彩色等のデザイン・技術面での情報が不足している。

## 実施概要

## ①基本指導

テーマ：陶芸のデザイン  
釉薬と伝統技法を中心に講演が行われた。

## ②開発指導

造形と施釉法などについて実技指導が行われた。

## 今後の展開

陶磁器作家を対象としたこの種の講習会は、道内で初めての試みであり、非常に好評だったことから、今後もこの分野での開催を検討したい。

## 5

## 蒲鉾—ギフト・日常惣菜としてのパッケージデザイン

## ●指導日・場所

昭和63年3月31日

札幌市

## ●指導対象業種・品目

食品パッケージ

## ●指導対象組合・企業

北海道蒲鉾協同組合連合会

## ●専門指導員

和田 亨 (株)アド・クリエイター

代表取締役社長

伊藤 匡 (株)クリエイティブ・コア

アートディレクター

## ●現地指導員

菅又淳悦 北海道立工業試験場工芸部長

## 問題点

経営・生産規模が小さいため、製品開発能力等が乏しい。

需要拡大のために、消費者のニーズに対応した高付加価値の製品づくりが求められているが、重要な要素であるデザイン面での取り組みがこれまで遅れており、デザインそのものに対する認識を深めるとともに、デザイン開発能力を育成する必要がある。

## 実施概要

## ①基本指導

テーマ：「贈答商品としての蒲鉾のパッケージデザイン」

「日常惣菜商品としての蒲鉾のパッケージデザイン」

開発事例をスライドで紹介しながら、贈答商品と日常惣菜商品のデザインに対する考え方の違いなどについて講演が行われた。

## ②開発指導

個別企業毎に既存製品に対する批評・改善指導が行われた。

## 今後の展開

道内の蒲鉾業界としては初めてのデザインに対する取り組みであった。道内の食品業界も最近ようやくデザインの重要性を意識するようになってきているが、業種によってその度合い・対応の仕方に格差が大きく、今後をもっと幅広く様々な業種を対象に展開していきたい。

## 現状

道内の水産練製品業界は、約70事業所、年間出荷額、約200億円となっているが、需要そのものが年々減少傾向にある。

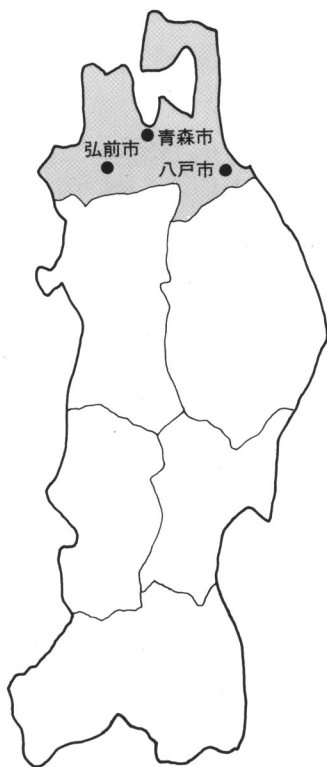
水産資源の減少により、原料価格が上昇基調にある。

本州大手業者の道内進出や本州製品の流入により、競争が激化している。

## 現状

当陶芸会は、28窯30名の会員を擁しているが、その年間生産額は推定約5億円程度であり、会員外も含めた道内の工芸陶磁器産業全体でも、推定約7億5千万円と産業としては規模の小さい分野である。

本道では、本州の先進陶業地のような産地は形



●青森県商工労働部観光物産課物産班  
〒030 青森県青森市長島1-1-1  
TEL. 0177-22-1111

## 1〜3

### ●指導日・場所

①昭和62年11月4日、5日（クラフト部門）

弘前市（4日）、青森市（5日）

②昭和62年11月19日、20日（パッケージ部門）

八戸市

③昭和62年2月15日、16日（パッケージ部門）

弘前市（15日）、青森市（16日）

### ●指導対象業種・品目

小木工品、漆器、その他製造業者

### ●指導対象組合・企業

津軽塗関係組合、ブナコ漆器製造株、青森スキ  
ー製作所

### ●専門指導員

①宇佐波徳美 ㈱ウサナミデザイン研究所  
代表取締役

②藤田実 ㈱YAOデザイン研究所  
取締役チーフデザイナー

③岡田宏三 ㈱オーディ代表取締役

### ●現場指導員

金澤昭夫 青森県木工指導所意匠課長

成田卓夫 青森県木工指導所総括主任研究員

九戸真樹 青森県工業試験場主任研究員

小林伸好 青森県工業試験場技師

### 現状

本県における製造業は、地場産業がその大半をしめ、食品製造業、家具・建具製造業等、地元資本による地場資源活用型の小規模企業により構成されており、経営基盤の弱さ、技術開発、デザイン開発力の低さ等多くの課題を抱えている。

### 問題点

近年、消費者の各商品へのニーズの多様化、個性化、高級志向等が、顕著になりつつある現状に対し、これらに関する情報の収集、分析が充分になされていないことから、今後とも本事業の回を重ね、最新情報を吸収、分析し、それらを独自のものとした商品開発、及び販路拡大を図る必要がある。

### 実施概要

#### ①基本指導

①テーマ「イメージマップ手法の基礎」

企画のコンセプトにそった商品開発のしかたを（㈱ウサナミデザイン研究所の開発を例にスライドで講義を行った。

②テーマ「商品開発とパッケージデザイン」最近のパッケージデザインの傾向、開発事例をスライドで講義を行った。

③テーマ「いま、パッケージをどうとられるか」最近の包装パッケージのデザインについて、関係事例をスライドで紹介しながら講義を行った。

#### ②開発指導

①指導の対象が、個人から生産出荷する中小企業まで幅広いため、的を絞った集中的な指導を行った。

参加者を5〜6人程度のグループに分けグループごとにイメージマップを作成させ、イメージ確認と観察力の養成を図った。

②個別企業ごとに既存製品に対する評価・改善指導を行った。

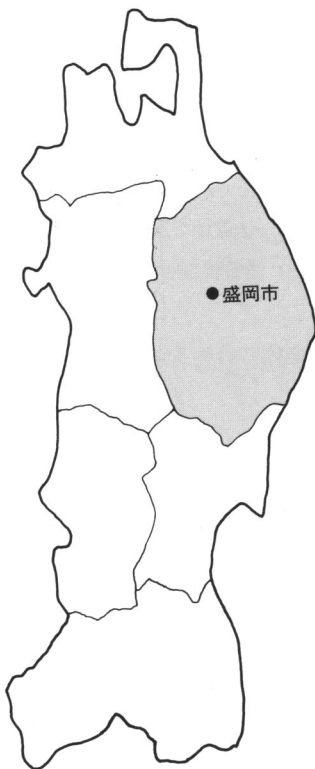
③デザインプロセスについては、ほぼ修得したものであると思われるので、新しいマーケットに向けた、新しい感性のパッケージデザインについての指導講習を行った。

### 今後の展開

青森県の製造販売業界は、地場資源活用型の小規模企業が多く経営基盤の脆弱性や技術開発、デザイン開発力の低さ等多くの課題をかかえている。

また、近年消費者ニーズの多様化に対応していくためにも、最新情報を取り入れた商品開発指導を行っていききたい。





●盛岡市

●岩手県商工労働部工業課地場産業係  
〒020 岩手県盛岡市内丸10-1  
TEL. 0196-51-3111

## 1

個性化、多様化する消費者ニーズに裏づけされた現代生活に対応するための商品デザインの高度化

●指導日・場所

昭和63年3月5日

盛岡市・盛岡地域地場産業振興センター

●指導対象業種・品目

県産生活用品（漆器、鉄器、小木工品等）

●指導対象組合・企業

岩手県漆器協同組合、南部鉄器協同組合、協同組合盛岡手づくり村

●専門指導員

岡田宏三（株オーティ代表取締役社長

服部守久 博報堂生活総合研究所主席研究員

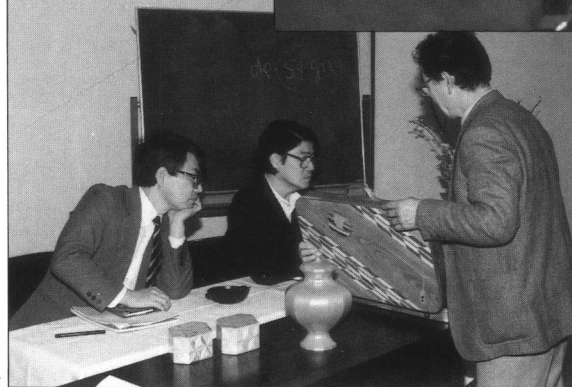
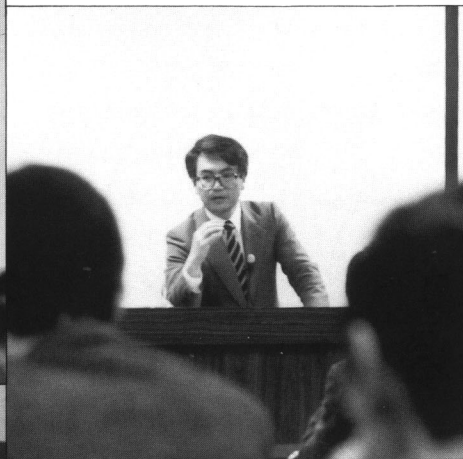
●現地指導員

湯口靖彦 岩手県工業試験場主任研究員



▲講師：岡田宏三氏

▼講師：服部守久氏



▶個別指導風景

### 現状

岩手の地場産業は、鉄器、漆器、家具など地域生活の中で育まれてきた日用品が主体であるが、今日の消費者ニーズに対応した新しい企画と製品のデザイン高度化を図ることが課題となっている。

### 問題点

県内の地場産業者が新商品開発、デザインの高度化を進める上で、流通までを念頭においたデザイン開発ができないため、開発商品が流通していない等の問題があり、このため、流通部門からみたデザイン開発に関し、業界の認識を高めていく必要がある。

### 実施概要

#### ①基本指導

テーマ：「個性化、多様化する消費者ニーズに裏づけされた現代生活に対応するための商品デザインの高度化」

個人消費行動（消費者ニーズ）の拡大に伴い、現在どのような商品が選択されているのか、その特徴的要因についての説明（デザイン、機能、品質、価格等）。

消費者の購売意欲を高める（そそる）要素とし

て、商品のデザインが極めて高いウエイトを占めることが消費者行動実態調査によって示されているため、商品デザインの良質化高度化が重要であるとの説明。

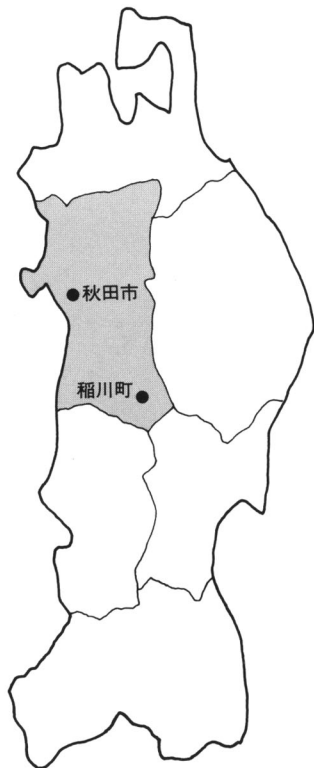
#### ②開発指導

受講者が持参した開発商品に対し、デザインを中心とする個別指導を実施した。

特に市町村において産業育成（村おこし）を目指している特産については、商品企画から流通方法に至る全般的事項について、綿密な指導を行った。（大船渡市、宮古市、東和町等）

#### 今後の展開

今後は単に商品開発を行うという事ではなく、市場ターゲットを絞り込み、具体的展開手法の指導を行う予定である。



●秋田県商工労働部工業振興課工業振興担当  
〒010 秋田県秋田市山王4-1-1  
TEL. 0188-60-1930

## 1 パッケージデザイン

### ●指導日・場所

昭和62年9月24日、25日  
秋田市

### ●指導対象業種・品目

食料品製造業・漬物、菓子

### ●指導対象組合・企業

秋田県物産振興協議会、(株)勝月、安藤商店、他  
9企業

### ●専門指導員

岡田宏三 (株)オーディ代表取締役

### ●現地指導員

石山昌孝 秋田県工業技術センター  
主任専門研究員

## 現状

漬物、菓子は地域の需要を存立基盤にした古くから存在している地場産業である。近年はみやげ品や県外市場の開拓に力を入れるようになったが、他県業界との競合もあり、一層の発展を促すためにはトータルとしての商品のイメージの向上が必要視されているところである。

(主要製品) 野菜漬物、洋生菓子、干菓子県産業全体に占める製造品出荷額の割合/3.2%

## 問題点

漬物、菓子といった地場産業の成長にとって新商品の開発は重要な課題であるし、また、これら業種の開発意欲は旺盛である。

しかし、商品の市場性を高めるためのパッケージ等のデザインについては、関心はあるものの不十分である。そのため、商品の良さを消費者に訴える力が弱くなるという問題がある。

## 実施概要

### ①基本指導

漬物、菓子業界は、地域の需要を存立基盤にした地場産業である。近年は、みやげ品や県外市場の開拓に力を入れるようになってきているが、そのために必要な商品の特徴づくりに弱さがみられる。

そこで、パッケージデザインのあり方について指導することにより、市場性の高い商品開発の促進を図る。

研修会では、ものづくりとデザインのかわり方、商品の中に占めるパッケージデザインの役割、パッケージデザインをするに当たってのチェックリスト、更には、デザイン戦略の方向について、スライドを交え講演を行った。

### ②開発指導

個別企業のデザイン相談では、各企業の商品のパッケージの評価を行うとともにパッケージ毎にアドバイスをを行った。

## 今後の展開

業界においては、パッケージの重要性を再認識したことにより、一層の関心のたかまりがみられ、継続指導を望む意見も出ているので、そうした要望に応じて行きたい。

## 2 ユーザーのためのデザイン

### ●指導日・場所

昭和63年1月25日、26日・稲川町

### ●指導対象業種・品目

漆器製造業・漆器製台所食卓用品

### ●指導対象組合・企業

川連クラフト協会、佐藤善六漆器店、佐藤工芸

### ●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

### ●現地指導員

石山昌孝 秋田県工業技術センター  
主任専門研究員

## 現状

川連漆器は800年ほど前の鎌倉時代に稲庭城主の弟が、家臣に命じて武具類に漆を塗らせたのが始まりとされている。昭和51年に国の伝統的工芸品に指定された伝統的技法による製品を製造している一大産地である。

(主要製品) 漆器製台所食卓用品、漆器製家具、仏壇

県産業全体に占める製造品出荷額の割合/0.6%

## 問題点

漆器製造業においては、漆器需要の悩みや産地間競争の激化に対処するため新商品の開発に取り組んでいるが、多様化している消費者ニーズを的確に把えた商品の出現の不足が悩みとなっている。また商品開発が試作段階で終わってしまい商品化まで進んでいかないという点で問題となっている。

## 実施概要

### ①基本指導

テーマ「ユーザーのためのデザイン」

漆器製品は、需要の伸び悩みや産地間競争の激化が進んでいるため、漆器製造企業においては、商品開発が経営上の最大の課題である。

特に、消費者ニーズに適合したデザイン開発が望まれている。

売れるデザインと情報の裏にある情報の重要性、問屋、デパート情報の違い、川連漆器産地の情報流入の特色、伝統、産地の陥っている商品に対する観念からの脱却などについて講演が行なわれた。

また、商品開発で使われている手法として、言葉のすり替えによるイメージづくり、色の大切さ、イメージマップ手法等について指導が行なわれた。

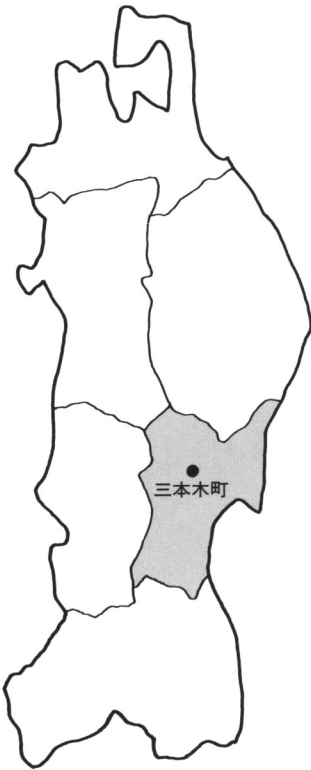
### ②開発指導

指導企業を巡回し、各企業のもっている製品のデザインを評価し、具体的な提案と方向付けを行った。また、商品開発の考え方、取引先毎の商品開発の進め方等についても指導を行った。

## 今後の展開

漆器業界にとって断商品開発は最大の関心事であるので現地指導員による継続指導を行ってきたい。





●宮城県商工労働部商政課地場産業振興係

〒980 宮城県仙台市本町 3-8-1

TEL. 022-263-2111

## 1

### ひまわりを利用した食油・菓子

●指導日・場所

昭和62年 8月10日、11日

三本木町役場、同町館山ホール

●指導対象業種・品目

食料品製造業

●指導対象組合・企業

三本木町ひまわり生産加工組合

●専門指導員

八尾武郎 ㈱YAOデザイン研究所代表取締役

●現地指導員

佐藤明・今井より子 宮城県工業技術センター

研究員

松浦孝幸 宮城県商工労働部商政課 主査

推進、新しい地場産業の創造、連帯感と個性豊かなコミュニティづくり等を目的に町内一体となってひまわりの生産及び原料とする特産品づくりに取り組んでいる。

### 問題点

誘致企業の中にも円高等の影響によって、工場閉鎖をするものが出る等、期待されるような進展が無い上に、米作を取り巻く諸条件も非常に厳しい方向にある現在、複合農業の推進と新しい地場産業おこしを考えざるを得ない状況となっている。

このような状況の中で新しい特産品づくりを考えたが他市町村の多くに見られるように、即漬け物との発想を避ける観点からひまわりの生産に入ったが、具体的には全てこれからの状態であり、初歩から勉強をし、かつ施設及び技術を得なければならない状況である。

### 実施概要

①開発指導（8月10日）

現地視察——ひまわりの丘(栽培集積地)、加工施設建設予定地、その他の栽培地、等。

②基本指導

商品開発・パッケージデザインに関する講習会

●デザイン開発に当たって

デザインには2種類が考えられる。1つは、自然が生み出したデザインである。例えば果物であり、それ自体は、手の加えようがないほど優れたデザインを有している。また、野菜等のサヤなどは、自然が生んだパッケージデザインである。「ひまわり」もそれ自体自然の立派なデザインであり、自然を生かし、自然の「ひまわり」の活用方法も考えていく必要がある。

2つ目は、工夫された人為的デザインであり、意図された明確な目的、効用がなければならない。デザインのデザインたる所似はこの2つ目にある。

デザインは、商品企画の段階から明確に意図され、明確に管理運営されなければならない。誰がルールを決め、誰がデザインを決定していくのか、デザインを一本化していくことによって、デザインが統一化、統合化していく。ロゴタイプも含めばばらのデザインでは、効果が薄らぐ。製品企画の段階から、商品販売までの全過程をデザインという視点でとらえていけば、全体として調和のとれた一貫性のある製品企画、販売戦略が構築されて行く。

したがって、デザイン開発に当たっては、それぞれのセクションでそれぞれのデザインを考えるのではなく、デザインについては県の工業技術センターと必ず連絡を取り合うなど、開発に当たって統一イメージが形成されるようルールを確立していくことが大切である。

また、注意しなければならない点は、商品寿命が短くなってきている現在、逆に流行を追い過ぎてはならないことである。なぜなら、商品企画あるいは商品デザインは、作って見ないと売れるかどうか、結果としてその企画・デザインが成功したかどうか解らないが、日本のデザインの現状である伝統と工業製品に見られるナショナルブランドとの併用デザインとの観点からすると、一般的には和風（伝統）デザインが無難で売れるものが多いことに留意しておく必要があるからである。

更に、デザイン開発に当たって、他の領域の要素を取り入れてみるということも大切であり、積極的に異業種との交流を図っていくことも考えなければならないことである。

●まちぐるみでのイメージ形成を

ひまわりの丘については、徐々にではあるが知名度も向上してきており、夏休みの期間には子供たちなど町外から訪れるようになってきている。このことから、このひまわりの丘では是非イベントを企画、しかも、一過性のイベントではなく、毎年継続した開催が必要である。

このほか、ひまわりのイメージを定着させるためには、例えば三本木町の各家庭でもひまわりを植える他、建設予定の加工施設についても新幹線からでも「ひまわり」を認識できるよう看板を工夫するなど、仕掛けづくりとまちぐるみでの「ひまわり」運動の展開が必要である。

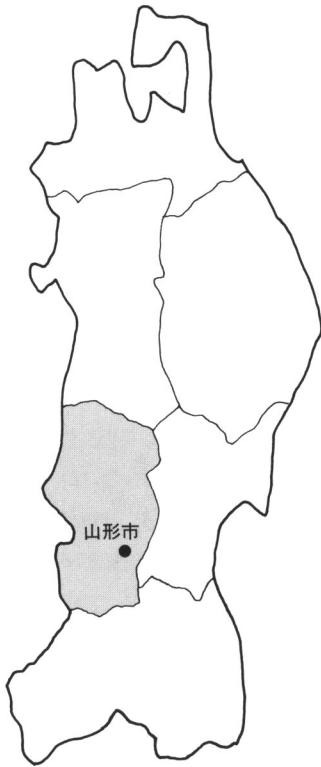
まちぐるみで、あらゆる機会、あらゆる場所で「ひまわり」を展開していくことであり、町民1人ひとりが三本木町のシンボルとして「ひまわり」を意識するような仕掛けを随所に盛り込み、これが、結果として三本木町以外の人々にも三本木町イコール「ひまわり」のイメージを定着させる方策となる。

即ち、三本流町のアイデンティティを「ひまわり」で形成させていくことが必要である。

### 現状

当産地は、典型的な米作偏重であったものが、近年の工場誘致策により企業立地が進み、工業出荷額も約401億円と、農業粗生産親約38億円の約10倍を超えるところとなっている。

このように、元々地場産業の定着の無かったところに、初期の工場誘置が比較的順調に進んだこともあって、村おこし等の地場産品の開発には遅れを取っているところであり、複合農業の



▲講師：山本良一氏



▲改善指導風景

●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

## 1

### パッケージデザインの開発について

●指導日・場所

昭和63年 2月3日、4日

山形県工業技術センター講堂

●指導対象業種・品目

食料品製造業 (味噌、しょう油)

●指導対象組合・企業

山形県醤油味噌工業協同組合、包装資材会社、他

●専門指導員

山本良一 (株)バックベッカー 代表取締役

●現地指導員

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

### 現状

味噌業界はこれまで土地の食生活や風土と密着し、地域内需要に应运ってきたが、味や製法の面では特徴が薄い。

企業は県内全域に散在し、大手2社と1団体を除けば小規模企業である。

生産高は約15億円であるが、食生活や嗜好の変化、大手企業の県内進出等により近年減少傾向にある。

### 問題点

伝統的な製品であることと、企業規模が小さいことから、全般に経営基盤が弱く、技術開発、商品開発、情報収集、さらに市場開発力の低さ等があげられる。

当該事業では、現在とりわけ問題となっている容器、包装について、マーケティングに基づいたパッケージデザイン開発の指導をおこなう。

### 実施概要

#### ①基本指導

テーマ：「パッケージデザイン開発について」

①商品開発の原点——生活者、小売業者の視点にある。

②無印良品——マイナスの考え方の典型

③パッケージデザインの機能——運搬、保管、展示、伝達をトータルに考えることが肝要。

④デザインの記号論——商品は共通言語を持っており、記号をはみ出さない。

⑤消費者動向——スーパーとコンビニの客層と購売動機、商品の相違点

⑥ギフト商品——非日常のものであり、デザインによる日常使用のものとの差別化が決め手。

⑦デザイン依頼——クライアントとデザイナーは2人3脚で任せっきりにしない。

⑧良い商品はじっくり売れば必ず売れる。

#### ②開発指導

はじめに、製造販売者から製品の開発経緯と製品概要 (特徴、販売先、製品構成、他) 問題点等についての説明を受けて、しおり、ラベル、容器、包装、カタログ等について総合的、具体的な改善指導をした。

指導対象製品は、しょうゆ、みそ、漬け物、その他しょうゆ、みその2次加工製品、約20数点で、出品企業数は10社1組合であった。

#### 今後の展開

3年の継続指導を考え、今後の展開の概要は次のとおりである。

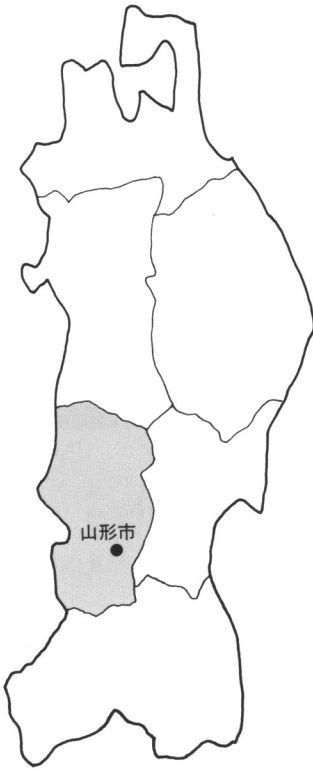
●昭和63年度 (第2年次)

パイロット・デザイン (みそのキャリング・パック、他) の基本構想、デザイン検討。

●昭和64年度 (第3年次)

パイロット・デザインの求評、改善指導





▲事例発表風景



●山形市産業部商工課工業係

〒990 山形県山形市旅籠町2-3-35

TEL. 0236-41-1212

## 1

### “遊”をテーマとした商品開発

●指導日・場所

昭和63年3月10日、11日

山形市・山形市庁舎

●指導対象業種・品目

山形鋳物

●指導対象組合・企業

鋳人FeCu（山形鋳物後継者グループ）

●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

●現地指導員

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

### 問題点

- ・ 鋳物を素材とした新しい商品展開の遅れ。
- ・ 知名度
- ・ 現在の市場を意識した、マーケティングの不足。

### 今後の展開

この事業を契機として集まった、山形鋳物後継者が、作品発表の場を設定するなど、目標をもちながら、もうワンステップ高い製作活動を展開しようと考えている。

### 実施概要

#### ①基本指導

テーマ：「“遊”をテーマとした商品開発」

（事例発表）

鋳人FeCuを対象としたこの事業も3年目を迎え、今回は、過去2年間の基本的指導をベースに、具体的テーマを絞り、商品の試作に取り組むこととなった。

#### ②開発指導

今回の事例では、“遊”のテーマが十分に生かされてなく、もちよった各自の作品は、個性はもちながら、テーマのもつイメージが統一的に感じられなかった。

これは、コンセプトマップを作るなど、ベースの仕事を省いたためである。

これまでの、メンバーの製作活動においては、どちらかというと、クリエイターは、ネーミングが最後であり、プランナーは、最初に決めるものであり、今後は、メンバーのようなクリエイターにも、ネーミング・コンセプトを念頭においた製作活動をして欲しい。

### 現状

山形鋳物の歴史は古く、400年前といわれる。県内の生産額は、昭和60年で、130億4.725万円（2年統計）となっており、山形市内では、その78%を生産している。

生産品目としては、機械鋳物がほとんどを占めるが、日用品・工芸品なども製作されており、茶の湯釜、鉄瓶をはじめ、製品の種類は多岐にわたる。



●茨城県工業技術センター工芸意匠部

〒331-31 茨城県東茨城郡茨城町長岡字矢頭

3781-1

TEL. 0291-93-7212

## 1 地場産業における商品開発とデザイン展開

●指導日・場所

昭和63年2月26日、27日

結城市・結城商工会議所

●指導対象業種・品目

家具・装備品製造業——桐タンス製品・桐工芸品

木材・木製品製造業——木履（桐下駄）製品

●指導対象組合・企業

結城桐タンス業協同組合、結城地方桐下駄協同組合

●専門指導員

荻野克彦 荻野克彦デザイン事務所

代表取締役

●現地指導員

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

### 現状

①桐タンス

室町時代末期、結城家藩政の保護の下に家具業として育成され、漸次桐材に替ってきた。隆盛時は企業数40数軒を数え、明治33年に組合が結成された。その後産地ブランドの育成がされず、7分製品（半製品）の出荷率が高いこともあり、減少傾向が続いている。現在、伝産法による指定の作業を行っているが、古文書等の文献が無いことから難行している。企業数12、出荷額約



▲講演風景



▲個別指導

2億円。

②桐下駄

桐材の集産地であったことから、江戸時代から作られた模様である。組合は明治39年に結成される。昭和30年代の生活様式の変化に伴い、ケミカルシューズや、サンダル履物へと他産地が業種転換に立ち遅れた。今日では、下駄の三大産地のひとつとして、桐下駄を専門的に生産している。企業数20、出荷額約20万足3億円。

### 問題点

事業所のすべてに、小規模寡細企業である。伝統的（日常的）モノ作りの感覚にあり、産地の置かれたポジションの認識、他産地他業種の動向、開発能力、人材の育成等が欠如している。特に桐製品については、タンス、下駄ともに企業経営の行き詰まりが、廃業につながり、素材、技術を生かした品種転換の方策が模索あるいは、考えられていない点にある。（この点については、工業技術センターで検討中である）

### 実施概要

①基本指導

テーマ：「地場産業における商品開発とデザイン展開」

自分達を取りまく環境（危機感や希望）に関する情報を把握し、自分達が持っている問題は何か、何処に問題があるのか、価値観が通じ合えるのか等、常日頃真剣に考える必要がある。講師のモノプロ工芸及びタイムスタジオにおけるモノ作り思想の基点、さらにはビーダラ、アラビア、ローゼンタール、ホップウ、アーデンパレル等ヨーロッパ、アメリカにおける各社のデザイン志向とマーケティングについて、スライド説明がされた。

今後、当産地が対応すべき問題点として次の三

点が指摘される。

①生活レベルでの新しい切り口の発見と情報の発信。

②素材、蓄積技術、生活体験の再認識。

③伝統的、基本的技術の保持と一工夫、プラスワンの考え方。

この地域が桐で溢れるような環境にし、自分達の土壌を耕す気持ちになって、伝産技術を伝えることが必要である。

②開発指導

個別巡回指導（3企業）

桐タンス、桐下駄、桐工芸品の各企業の商品企画方法及び商品についての説明を聞き、今後の開発指針となる次の事項について指導を行った。

①商品の製作プロセスそのものを商品情報にする手だてが必要である。

②モジュールの再検討が必要であり、商品群としての隙間商品や関連商品の開発余地がある。

③下駄については、安全性、履き方、使い方と言った日常的なことを情報発信する必要がある。

④横断的、縦断的な商品発想の切り口を考える必要がある。

### 今後の展開

消費者ニーズが多様化、個性化している今日の市場にあって、量産機械化に対応できなかった伝統的技術のメリットを生かすことができるかどうか、今後の展開の仕方がいかんであろう。そのため、情報を商品に置き換えるためのソフト（デザイン）力の育成が最も重要になるだろう。今後とも機会を取らえ指導面での充実を図っていく。





## 実施概要

### ①基本指導

最近のパッケージデザイン等の傾向や、指導事例について、スライドによる実例をまじえて、基調講演を受けた。

### ②開発指導

参加者が現在使用あるいは開発中のパッケージについて、個別に、優れた点、再検討を要する点について指導アドバイスを受けた。

## 今後の展開

県内中小企業がパッケージデザインの必要性を認識し、製品開発やマーケティングの一環として、商品の高付加価値化を図れるよう、デザイン講習会等を、今後とも業界団体とともに実施していく。

●栃木県商工労働部経営指導課商業振興係

〒320 栃木県宇都宮市埜田1-1-20

TEL. 0286-23-3178

## 1

### 商品開発とパッケージデザイン

#### ●指導日・場所

昭和63年2月22日、23日

宇都宮市・栃木県産業会館

#### ●指導対象業種・品目

土産品（食品、民芸品）

#### ●指導対象組合・企業

(社)栃木県物産振興協会

#### ●専門指導員

藤田実 (株)YAOデザイン研究所 取締役チーフ

デザイナー

#### ●現地指導員

藤田実 (株)YAOデザイン研究所

取締役チーフデザイナー

#### ●現地指導員

井口昭義 栃木県工業技術センター

意匠工芸部長

## 現状

本県産品の販路拡張を図るうえで、商品の付加価値を高める、パッケージ・包装デザインの工夫は、大変重要な要素であると言える。

食料品や民芸品等の業界では、過去3年の研修により、魅力ある商品開発の重要性が認識されるようになった。



●埼玉県工業技術研究所企画開発部デザイン課  
〒338 埼玉県浦和市木崎3-10-1  
TEL. 0488-33-1511

## 1 インテリア関連繊維製品の 新製品開発について

### ●指導日・場所

昭和62年11月19日、20日

秩父市・(財)秩父地場産業振興センター会議室

### ●指導対象業種・品目

繊維織物業、インテリアファブリック

### ●指導対象組合・企業

秩父織物商工組合 レピア研究会

・丸水機業(株)・豊泉産業(株)・富田織物(株)

・(有)山中織物工場・茂木織物奈倉工場

### ●専門指導員

皆川節夫 東レ(株)ファッション企画部

### ●現地指導員

大森善夫 埼玉県工業技術研究所デザイン課長

町田芳明 埼玉県工業技術研究所主任

林 広子 埼玉県繊維工業試験場秩父支場技師

## 現状

管内産地は織物の町として古い伝統の上になつて今日まで発展してきた。

現在は既製寝具類、インテリア類が産地主力業種である。いずれの業種も厳しい状況であるが、産地一体となって伝統を生かした新製品の開発に取り組んでおり、特にレピア織機による広巾物は、産地としていままでにない産地商品の活性化に大きな期待を集めている。

## 問題点

レピア織機による生地の量産化は産地商品の過剰生産につながりダンピングの恐れがあるため、産地生産品目以外の新商品の開発が必要であり、産地としてもこの問題解決のため努力を重ねている。

今回、本事業を実施してレピア織機による商品の拡大を図る。

## 実施概要

### ①基本指導

テーマ：

#### ①日本人の暮らしと素材

・素材へのこだわりと日本人の感性

#### ②テキスタイル・インテリアの色彩と設計

・織物の色彩効果(カーテン、カーペットの事例から)

#### ③インテリアの素材と色彩

・室内空間の調和とカラー・コーディネート

#### ④色彩のイメージと色彩設計の基本的条件

モノが豊かになった今日、生活者は自分自身の感性への認識が高まったため志向の多様化が著しく進んでおり、新商品企画のデザインは、それぞれの志向に個別に対応し開発が行われる必要が生まれている。またインテリアでは、カラーコーディネートなど室内空間の統一・調和への意識が高まってきたため、消費者が商品を選択する場合のデザインの評価は、それぞれの商品に対して個別に行うのではなく、生活者自身がイメージしている室内空間全体と調和するかどうかで判断されることが多くなっている。

本事業では現代人の感性を満たす新製品の開発を目標に、以上のような生活者意識の認識のもとに時代に対応した新商品企画の要件を探るため、「日本人のライフスタイル」「素材と色彩のコーディネート」などの内容の講習を行った。

また、新規に開発する商品コンセプトを決定するため、生活者の志向するイメージ(スタイル)別に数種類のグループに分類し、それぞれのクラスターについて「イメージ/ライフスタイル/素材/色彩/柄(組織)」などを設定した。本事業参加企業はこれらの研究の結果をもとに、各種の志向イメージに対応した試作品の開発を参加企業各社の分担によって行うこととなった。なお、試作のためのデザインは東レ(株)の提供による。

## ②開発指導

基本指導によってコンセプトが決定された商品企画は、その後企業5社と指導員によって検討が繰り返され、その結果数十点の織物見本が完成した。

開発指導ではそれらの試作織物の中から、特にデザインの優れたもの、現代人の志向するインテリアスタイルに一致すると思われるものを20点ほど選びだし、イメージ(スタイル)別に「モダン」「ジャパン」「デコ」「リッチ・トラッド」「シティカジュアル」の5種類のタイプに分類し、「コタツ掛け」「こたつ布団」などフロアライフに関連した商品を試作するまでの指導を行った。

以上のようにして完成された試作品は後日催されたレピア研究会主催の展示会において、それぞれのイメージごとに「ライフスタイル提案型」の展示を行い、好評を得た。

## 今後の展開

レピア織機により織物を生産している産地内の有志5社からなる「レピア研究会」は、織物技術や商品開発に関する研究を継続的に行っている自主研究グループである。

今後は複数の企業が協力することによって、中小企業が単独ではできなかったデザインのシステム展開や商品アソートメントなど、商品の強化が期待される。

## 2

### インテリアのトータルコーディネートについて

#### ●指導日・場所

昭和63年2月12日、13日

浦和市・埼玉県工業技術研究所講堂

#### ●指導対象業種・品目

室内装飾業・インテリア装飾用品全般

#### ●指導対象組合・企業

埼玉県室内装飾事業協同組合

#### ●専門指導員

嶋佐知子 嶋住環境設計株式会社取締役

#### ●現地指導員

大森善夫 埼玉県工業技術研究所デザイン課長

町田芳明 埼玉県工業技術研究所主任

## 現状

全県下の内装業界は住宅問題の大きな流れとなっている量から質への転換、「新しいデザインの

需要』に焦点を合わせることでできるトータルコーディネート能力の開発指導が要望されている。

**問題点**

インテリアショップが単にインテリアエレメントを取扱うという店が多くみられる。

そのような店ではなくして、住まいの空間をつくり出して供給する店であり、その店には、住む人のニーズに答えてトータルなインテリアのコンサルティングとコーディネートをおこなう機能、加えて管理能力を持つことが要求されている。

以上について、当業界をみたとき、遅れている点が多いと思われる。

今回、本事業を実施して業界の品質向上と振興を図る。

**実施概要**

**①基本指導**

テーマ：

①これからのインテリア業のあり方—生活提言できる業者へ

②デザイン基礎と技術基礎の両立

③デザイン基礎—住まいのインテリア計画の諸要素

・インテリアの演出とプレゼンテーション手法

④基礎以前の問題『感性』

・『感性』好きの日本人・環境と才能・感性をどう磨くか

室内装飾業界は、インテリア素材の生産から商品の販売、および施工までと、業務の範囲が極めて広い業界である。

埼玉県は首都圏からの人口の流入に伴う住宅の増加が著しく、室内装飾業界の業務は施工に関するものが多くを占めているが、生活者の関心が生活空間の感性へと向かっている今日では消費者の欲求を満たすためトータルコーディネートなど室内空間の計画・設計・演出に関する要求に対応していくことが求められている。

本事業はこれら室内装飾業界の基本的なデザイン力の向上を図るために、専門指導員自著による「感性スタディ」をテキストとして、生活者意識・インテリアの素材・色彩・デザインの手法など、インテリア・コーディネート全般に拘わる講習を行った。

**②開発指導**

開発指導は基本指導で講習した内容の確認と実

務への応用力の強化を目的に、教材を使った実習と個別指導を行った。

**①スケールについて**

・モニュメンタル／ヒューマン／インチメント

**②統一と調和**

・同形、違った形の繰り返し／規則的な繰り返し

**③バランス（相称的バランス、非相称的バランス）**

▼下図参照

以上①②③について、受講者それぞれが平面構成のデザイン（図案）を創作し、個別指導を行った。

**④照明（照明計画と色彩計画）**

インテリアの演出計画について、理論的な手法を指導。

**⑤家具の歴史**

スライドにより各時代の様式の違いを講習。

（全体指導）

**今後の展開**

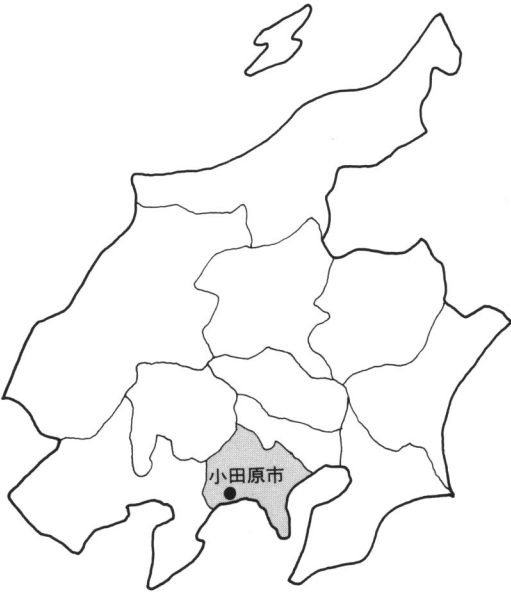
インテリア関連業種は、生活者が感性を志向している影響を受けてデザインへの要求が著しく高まっているが、中でも室内装飾業はそれぞれの消費者の個別の欲求に応じるといった細やかな対応が求められるため、生活者意識や志向の変化について特に敏感な業界である。繊維産業などインテリア関連業界は、このような室内装飾業界の特性に着目し、インテリア関連商品の企画開発への協力・参入を呼びかけており、異業種間の交流による新製品開発が期待されている。

1. スケール ソファに対して、絵のスケールはどちらが正しいですか。  
 モニュメンタル  
 ヒューマン  
 インチメント

2. 統一と調和 UNITY & HARMONY  
 リズム RHYTHM  
 繰り返しと進行 REPETITION & PROGRESSION  
 RHYTHM PATTERN  
 デザインの安定性と  
 動きの表現と強調

3. バランス  
 どちらが対称的ですか。  
 SYMMETRICAL BALANCE ( FORMAL BALANCE )  
 〃 称形  
 ASYMMETRICAL BALANCE ( INFORMAL BALANCE )  
 〃 称形  
 Bはアンバランスではありません。





●神奈川県工芸指導所工芸意匠科

〒250 神奈川県小田原市本町1-7-53

TEL. 0465-22-4168

## 1 生活感性メガトレンド

●指導日・場所

昭和62年11月9日、10日

小田原市・神奈川県工芸指導所

●指導対象業種・品目

観光土産品、食卓用品、室内用品、玩具などの木製品製造業種

●指導対象組合・企業

(社)箱根物産連合会

●専門指導員

大谷由美子 (株)フウ未来生活研究所  
代表取締役

●現地指導員

永松千幸 神奈川県工芸指導所工芸意匠科長

### 現状

当産地の木製品は平安時代の初期から木地挽業として発達したといわれている。

現在製品の品種は食卓用品、小箱、玩具、観光土産品、室内用品等であり同一産地内にこのように多種多様の品種の製造がなされているところは他に例がなく、またこれらの加飾として木象嵌、寄木等が使用され当産地の特色となっている。

昭和59年、寄木細工と漆器は伝産法により、伝統工芸品の指定を受けている。

### 問題点

都市近接型の産地であり、昔から貿易港にもめぐまれて、国内海外への流通は盛んであったが、近年の円高、発展途上国の追いあげ、消費の多様化などで景気は沈滞気味である。

伝統的技術の創造的活用をはかった商品開発が望まれている。

### 実施概要

#### ①基本指導

テーマ：産地製品を考える「生活感性メガトレンド」について

①今、生活者は、かけがえない私自身の生命を大切に、心豊かな日々を送りたい、と考え「生命エンジョイ」という視点から、世界を見直し始めた。

②今生活者の価値観は、モノから→心へなどという変化ではなく、モノも、技術も、情報も、仕事も、遊びも、生活のパーツとしてとらえ、そのトータルなライフバランスをもとめている。

③わたしたちは、感覚的快楽と精神的充足＝わたしたちの気分を求めて「生命エンジョイ欲求」から派生した、新しい意識、感情、感覚、の三つの生活感性フィルターでモノや行動をセレクトしている。

④このような背景からモノがうれる条件（生活再構築の基準）が変わってきた。

1、「生活感性の三つのフィルター」を同時に満足させる道具が欲しい。

2、「私らしく選択」生活気分、感性に合わせてモノを選び買い揃えたい。

3、「生活高質化」生活基本アイテム、生活気分必須アイテムを絞り高質化。

4、「汎用性のある道具」いろいろな気分フィット、コンポーネント可能なフルセット。これさえあればの一品。

⑤相反する2つの欲求。

なるべく物をもちたくない。

モノは私の気分を支える生活のパーツ。

⑥何かか欲しい生活者たち。

私づくりに役立つ何か。

私の生活づくりに役立つ何か。

心に刺激を感じる何か。

⑦これから存在可能な商品ベース。

エコロジーを土台（芯）にして遊び心、お洒落心でつづんだ商品。

#### ②開発指導

対象企業の中から3企業をえらび、個別に開発指導を実施した。

##### ①寄木製品造業I社

寄木製品の今後の方向と存在価値について、選択のポイントはメモリアル性と伝統技法の独自性にあると指導。

##### ②漆器製品造業I社

漆器商品の方向性について、ライフスタイルに合ったサイズと、形状の検討がポイントとなることを指導。

##### ③製造問屋業K社

生活者が求める観光土産品とは、出会いの場として「もの」をとらえる必要があると指導。

### 今後の展開

当産地では、技術者、営業担当者、企業主が殆ど男性で、女性の感覚はあまり製品に導入されていないのが現状である。今回、女性専門指導員をむかえて、女性の視点から、産地製品に対する問題点の指摘や、新しい提案は、指導対象業界に、おおきなインパクトを与えたようである。今後は更に、さまざまな意識、感情、感覚の情報を多方面から収集し、産地製品の開発に役立てるつもりである。

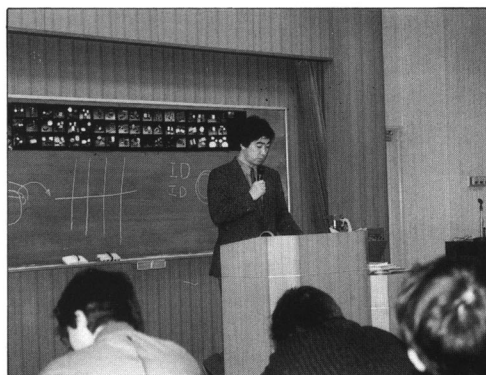


●新潟県産業デザイン振興会

〒950 新潟県新潟市鑑西 1-11-1  
 新潟県工業技術センター  
 TEL. 025-244-9168

**1**  
**キッチン・食卓・家事用品のデザイン動向**  
 ●指導日・場所  
 昭和63年3月22日、23日  
 燕市・産業安全衛生会館2Fホール  
 ●指導対象業種・品目  
 金属洋食器、ハウスウエア、家事用品  
 ●指導対象組合・企業  
 日本金属洋食器工業組合、日本金属ハウスウエア工業組合  
 ●専門指導員  
 三原昌平 ラジカルデザインスタジオ代表  
 ●現地指導員  
 小奈一雄 新潟県工業技術センター  
 産業工芸研究室工業デザイン科研究員

**現状**  
 新潟県下、燕市を中心とする金属製品製造業は、金属洋食器・ハウスウエア等を生産しその出荷額は年間1千4百億円程に達している。  
 ステンレス材を使用した生活用品生産地としては日本を代表する産地を形成しているが、従来からの輸出品がここ3～4年の急激な円高から減少している上に、アジアNICSの追上げや消費者志向の変化などで、新しく活路を見出す必要に迫られている。



▲講師：三原昌平氏



▲個別指導

**問題点**

- ①従来製品に変わる新製品分野の探索が求められています。
- ②デザインの高度化が求められています。
- ③(ステンレス)+(異素材)=新製品といった新商品開発を含む商品のバラティ化が望まれています。
- ④新たな流通チャンネルの開発・育成
- ⑤産地イメージの高揚のための方策が求められています。

**実施概要**

①基本指導

テーマ：「キッチン・食卓・家事用品のデザイン動向」

これからの商品づくりとかデザイン活動は、モノづくりに対する思想やメッセージを「モノ」という媒体を通して市場に送りこむ活動と理解した方がよい。そのために、企業や自分のアイデンティティの確立を図る必要があるとの主旨で講演された。

- ①自分がデザイン活動を開始した頃の社会的なデザイン状況と当時抱いていた考え方及び、デザイナーとして目標にして来たことについてのべられた。
  - 企業のデザインポリシーとデザイナーとしての自分のアイデンティティの一致
  - 新しいデザインジャンルの開拓
  - 従来と異った視点や価値観の構築
- ②企業がデザイン導入する時におかしやすい誤りについて
- ③作り手として「デザインの役割」で考えたい

**こと**

- ④自分のかかわった会社の商品開発の事例について
- ⑤今、おもしろいデザイン活動をしているメーカーについて
- ⑥Gマーク審査で思うこと
- ⑦近年及びこれからのデザイン動向について
- ⑧これからのデザインと商品開発の考え方について

以上の項目について、具体的商品やスライド等を利用して講義された。

②開発指導

- 企業4社を個別に巡回し挨拶を実施した。
- ①各企業の現製品についてデザインチェック
  - ②パンフレットやパッケージデザインのデザイン指導
  - ③企画開発、コンセプト立案の重要性について
  - ④情報収集、市場調査の重要性について
  - ⑤外部デザイナー活用と製品開発について等について指導がなされた。

**今後の展開**

県内の金属製品工業は、従来製品分野に加えて新商品分野の探索及び一部転換に必至であるが、自主商品開発力の強化の中で「デザイン」の占める比重は相対的に大きくなって来ている。商品のバラエティー化とライフサイクルの短命化及び商品のファッション化に対応したデザイン開発力の強化が必要である。

## 2 家具・インテリアデザインの動向

### ●指導日・場所

昭和63年3月24日、25日  
新潟市・新潟県工業技術センター講堂

### ●指導対象業種・品目

木製品製造業（木製家具製造、小木工品製造）

### ●指導対象組合・企業

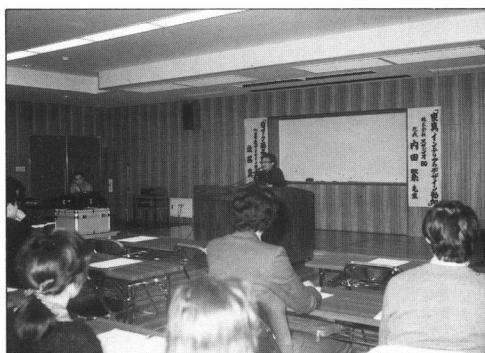
新潟県木工組合連合会

### ●専門指導員

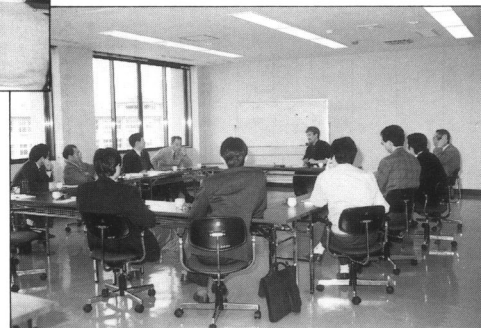
内田繁（株スタジオ80代表取締役）

### ●現地指導員

五十嵐禎夫 新潟県工業技術センター産業工芸  
研究室工業デザイン科科长



▲講演風景



▲懇談会

### 現状

新潟県下、新潟市、加茂市、長岡市、上越市を中心に木製家具産地があり、年間生産高は約400億円となっている。

生産品目は、その90数%が衣類収納家具食器戸棚、飾棚、書棚などの箱物である。しかしながら、オリジナリティの強い商品は少なく他産地に優越する差別化商品の創出が強く望まれている。

### 問題点

①商品デザインの高度化が求められています。

- ①生活提案型商品の企画力
- ②トータルコーディネート家具の企画力
- ③差別的弁別性の強い商品づくり

②住宅設備型家具分野への進出

- ①システム家具
  - ②トータル家具
  - ③ 特注家具
- 等の開発と流通開発

③産地イメージの高揚の方策と展開

### 実施概要

#### ①基本指導

テーマ：「家具・インテリアデザインの動向」  
最近のデザインを考えると従来の様にある限られた分野だけのデザイン傾向を見るだけでは駄目で、それをとりまく広範な状況を把握した中で、新しい方向を見出す努力が必要であり、また、これからのデザイン活動は表層的な形状と云々することではなく、もっと深い「美」とか「知」に至る頭脳活動になると思われる、と前置きして以下の講義をされた。

- ①今後は、社会資産となりうる様なモノづくりが必要である。
- ②記号性と意味性について認識する必要がある。
- ③1960年代～80年代にかけてのインテリアデザインの歴史の変遷について
- ④現代日本のライフスタイルについて
- ⑤自分のデザイン実務の紹介（スライド）を行いながら、ここ10数年間の日本のインテリアデザインの流れを語られた。

#### ②開発相談

##### 懇談会

8名の地場企業内デザイナー及びフリーデザイナーを集め内田氏を囲んでディスカッションを行った。

その中で、構造的に大変革期を迎えているこの時代で重要なことは、表面的なデザイン傾向や商品傾向にまどわされることなく、「ガンコな精神力につちかわれた主体的なモノづくり」が肝要である。

又「記号化社会」といわれる中で、それをささえるソフトの構築が必要で商品の20%位はソフト開発が付加されていることが望ましい。

最近、ネオモダニズムとかポストモダニズムとかデザインの潮流が大きくそちらに向って動いているように考えがちであるが、実際の商品レベルで考える時は「コンテンポラリー（モダニズム）」をむしろ重要視した方が正解ではないか。

### 今後の展開

地方産業にとって「デザイン」は有効な経営資源であり、いわゆる新商品開発力の差が企業格差として評価されるものと思われる。

企業をソフト化する中でキーとなるデザイン活動の振興について業界共々新たな方法論を構築する必要がある。





### ●滋賀県立信楽窯業試験場

〒529-18 滋賀県甲賀郡信楽町長野498

TEL. 0748-82-1155

## 1

### 今、食器造りに何が求められているか

#### ●指導日・場所

昭和63年1月18日、19日

信楽産地内

#### ●指導対象業種・品目

陶器製造業、食器・食卓用品

#### ●指導対象組合・企業

信楽陶器工業協同組合、(株)丸十製陶所、(株)カネフサ製陶所、ヤマセ製陶所、丸春製陶所、中川研陶、(株)しんによ

#### ●専門指導員

中村宏 (有)絆リサーチ 取締役

#### ●現地指導員

福村哲 滋賀県立信楽窯業試験場 主査

### 現状

オイルショック以後、順調に生産力が伸びて現在では輸出関連度の強い他産地に比べて、円高の影響もほとんどみられない。一時期、植木鉢業界が、プラスチック鉢にシェアを奪われ、低迷を強いられたが、製品多角化への努力、消費者の陶器への回帰等の現れて、次第に回復してきている。

信楽焼昭和61年度総生産高…94億

1 建築関連—40.1% 4 食卓用品—15.1%

2 植木鉢—18.5% 5 花器—9.2%

3 庭園関係—16.2% 6 その他—0.9%

### 問題点

信楽焼業界は、その地理的要因なのか消費者市場の動向には、つとに鈍感であると思われる。とりわけ食器分野ではライフサイクル、ファッ

ションの変化に対し敏感に反応しその情報をいち早く取り入れ、又、近未来の予測までも考え、消費者のニーズに対応していかなければならない状況である。

当業界に限らないが、こうした動向調査、デザインといったソフト面へ力を入れることが、規模の小さい業界ではなかなか難しい問題となっている。

本年度も、昨年に引き続き、このテーマでの適切な指導をお願いしたい。

### 実施概要

#### ①基本指導

テーマ：今、食器造りに何が求められているか。お客がどういう買い方をしているか、買い手が何に興味をもっているか、買手の状態やスタイルを読みとることが大切である。

今、食品売場が百貨店のイメージを作っている。魚は百貨店が新しい。鮮魚を漁場から直送し、売場で注文に応じてさばいてくれる。売場のリニューアルは食品売場から始まっている。

花屋が変わって来ている。花束をもっている人が多くなった。アルコールの趣好が変わって来た。吟醸酒、生酒が売れている。アパレルも季節ごとに新鮮である。食料品も旬の物が売れている。せっかくの料理、いい器に盛りたい。

金属洋食器を買った。このナイフ、フォークにある皿はどこにあるのかお客はこだわってさがしている。売場は品種を越えて品揃えしている。作り手は何を売るのが、特色をはっきりさせる必要がある。産地の特色、自分のブランドイメージ、もっとアピールする説明がほしい。

信楽に風が吹いて来ている。そこにおいしい話がある。数は売れないが妙味はある。隣の「いがものカンパニー」は今年の販促成功例である。どうして売れたのか、考えてみる必要がある。

今、土味を生かした器が求められている。しっかり整ったデザインで、きっちりクラフト感覚を残したものの、誠実なものが評価されている。形をくずしたり、味や技を見せつけるものはいけない。

産地では流通の問題がある。生産者と産地間屋がしっくりしない所では、何もしないより、問題を起した方がましである。一つのアクションが、新しいきっかけを作る。売場の扱い手、バイヤーも勉強不足になった。はっきり自分の主義主張を訴えると、いくらかでも受け皿はある。売場は筋の通ったものを待っている。

#### ②開発指導——個別巡回指導

##### ①(株)丸十製陶所

実用的な日常使いの器をめざしていたので、和と洋の中間ねらいであったと思うが、見ると随分和感覚が強くなり、味のある民芸調になって来ているので、原点を忘れないようにしてほしい。

##### ②(株)カネフサ製陶所

一時、スーパーが非常に派手な絵付けを扱ったが、今段々、渋ごのみに返りつつある。あまり絵を、筆の勢いや感覚で描かずに、コツコツ、きっちり計算されたデザインで仕上げて行く方が、将来的に得になると思う。

##### ③(株)ヤマセ製陶所

主に粉引き製品が中心の窯なので、特にお願いしたいのは、あまり味にとらわれないように、きっちり整った形で製品造りをしてほしい。

##### ④(有)丸春製陶所

青白磁、土灰釉、乳濁釉を主に使って、どちらかという作家活動をしながら高級食器をねらっている所なので、ここでは指導の必要がないようです。

##### ⑤(株)中川研陶

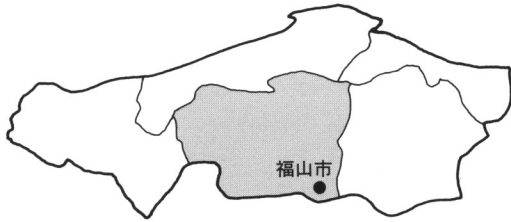
最近、販売も手がけるようになり、その売場を見た感じで、客の要求があるからといって、他社の商品をあまり置かない方が得策と思う。自社の耐熱鍋と柚子肌の食器に自信があるのだから、もっともっと自社の特色を強調するような売場作りをしてほしい。

##### ⑥(株)しんによ

従来あった土味の良い食器が影をひそめて来たので淋しい。もう一度その辺を考えなおしてほしい。又、この食器は何か少し大きな変化をねらっているように見える。食器はごくわずかに微妙な変化を持たせるように考えてほしい。

### 今後の展開

信楽の土味が評価される時代になったので、業界に自信が湧いて来たようだが、食器は生産が急激に伸びる分野ではないので、地道な努力を続けて、産地全体のイメージを向上させ、信楽に行くとか面白くあると期待される産地にしたい。



●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



▲講師：平野拓夫氏



## 1 生産財メーカーのデザイン導入

●指導日・場所  
昭和62年11月9日、10日

福山市

●指導対象業種・品目

工作機械製造業

●指導対象組合・企業

広島県東部機械金属工業協同組合、福山地方産業デザイン振興協会

●平野拓夫 (株)平野デザイン設計

代表取締役

●現地指導員

大藤恭一 広島県立東部工業技術センター  
デザイン部研究員

### 現状

一般機械製造業は県全体の工業出荷額の約11%、その内中学企業は金額で30%事業所数で90%、従業者数で64%を占めている。

一般機械へのエレクトロニクス技術導入が一般化し、設計工程でのソフトウェア部分が比重を増している。そのため、マン・マシン・インターフェースの部分や設計条件設定の初期の段階でのプロセス・マネジメントが重要となっている。

デザイン導入が遅れている業種だけに、デザイン・プロセスの導入によって、大きな発展の可能性を持っているといえる。

今後、ソフト化率の高まる業界であり、広義のデザインに対する新しい認識を普及する必要がある。

### 実施概要

#### ①基本指導

テーマ：「生産財メーカーのデザイン導入」  
工作機械等、生産財メーカーの経営、管理者層を対象として、経営資源としてのデザイン導入のマネジメントの要点を、スライドによる実例の紹介を中心に講演。

#### ①背景

- (1)機械デザインの現状認識
- (2)オフィス、工場環境と日常生活環境のギャップ
- (3)欧米・NICSとの国際的関係

#### ②工業デザインの仕事

- (1)デザインとテクニカル・エンジニア
- (2)プロダクトアイデンティティからのCI
- (3)メカニズムからマーク、ロゴ、店舗環境までの業務範囲

#### (4)デザイン・マネジメント

#### ③スライドによる事例解説

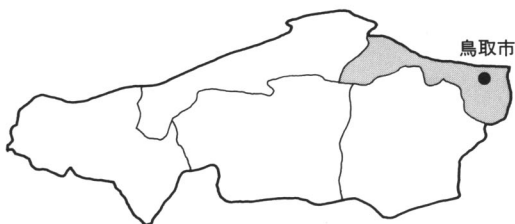
- (1)ユニット化、モジュール化、システム化、コストダウンとデザイン
- (2)商品からのCI
- (3)極限環境用ロボットのデザイン視点
- (4)無人化工場のデザイン
- (5)前例のないシステムの創造とデザイン

#### ②開発指導

現地視察

### 今後の展開

中小企業におけるデザイン開発の活動を営業や製造と同じく、日常業務、日常行為として位置づけた時にはじめて経営資源としてのデザインという視点がひらけてくると考えている。経営としてのデザインを啓発する新しい手法を研究したいと考える。



鳥取市

●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

## 1

### デザイン開発とその手法について

●指導日・場所

昭和62年9月21日、22日

鳥取市・鳥取県社会教育福祉会館

●指導対象業種・品目

県内製造業種全般（和紙製造業等）

●指導対象組合・企業

(社)鳥取県物産協会、鳥取県貿易振興会、鳥取県デザイナー協会、因州和紙青協同組合、佐治因州和紙協同組合

●専門指導員

森菊五郎 ㈱クリエイティブファイブ 代表

●現地指導員

藤本章 鳥取県工業試験場 産業工芸科長

田上重雄 鳥取県工業試験場 研究員

浜谷康郎 鳥取県工業試験場 研究員

### 現状

本県における製造業は、地場産業が大半を占めている。食品製造業、木材加工製造業、民芸品製造業等いずれも地元資本の中小零細企業により構成されている。このため、経営基盤が脆弱であり技術開発力・デザイン企画力の低さ等多くの課題を抱えており、これらの対応に苦慮している。

### 問題点

近年における消費者の各商品へのニーズの多様化、個性化、高級志向等が顕夢になりつつある現状に対して、これらに関する情報の収集、分析が十分になされないと同時に開発・技術者の人材不足がネックとなっている。

### 実施概要

#### ①基本指導

テーマ：「デザイン開発とその手法について」  
子供向けのお菓子の企画、ギフト商品の企画等で開発された具体的商品をスライドで紹介しながら、マーケティング調査から商品化までのプロセスについての講演が行われた。

#### 具体的事例

- (1)メーカーの希望を重視した事例
- (2)イメージのみで商品開発をした事例
- (3)個々の商品が持つ「らしさ」を追求した事例
- (4)消費者ニーズを重視した事例

#### ②開発指導

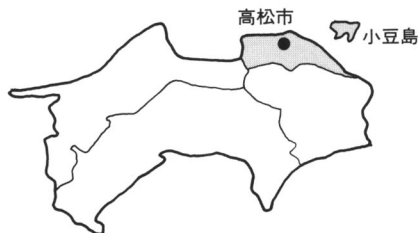
県内の和紙業界の方々が各社の製品を持ち寄り、個々の商品の問題点、改善点等について指導を受けるとともに、下記項目を中心にディスカッションを行った。

- (1)消費者ニーズに対応した商品企画力とは
- (2)和紙製品の他用途への応用の可能性
- (3)企業の指向性とデザインの発想法について
- (4)都会地における和紙の流通実態

### 今後の展開

デザイン振興策の円滑かつ実効的な実施及び今後必要とされる振興策を検討するため、恒常的な振興組織を設置する。





●香川県経済労働部企業振興課

〒760 香川県高松市番町4-1-10

TEL. 0878-31-1111

## 1

### 企業イメージをつくる広告デザイン

●指導日・場所

昭和62年12月3日、4日

高松市、香川県工業技術センター

●指導対象業種・品目

計量器

●指導対象組合・企業

香川県計量協会

●専門指導員

桑原隆男 クワバランスデザイン 代表

●現地指導員

郡谷文雄 香川県工業技術センター  
デザイン指導室

## 2

### 新商品の開発とパッケージデザイン

●指導日・場所

昭和62年12月9日、10日

小豆島、小豆島産業会館

●指導対象業種・品目

パッケージデザイン（醤油・佃煮）

●指導対象組合・企業

小豆島発酵食品協会、香川県醤油工業（協）

●専門指導員

永山元明 株式会社デザイン研究所 代表取締役

●現地指導員

郡谷久文 香川県工業技術センター  
デザイン指導室

### 今後の展開

地場産品の高付加価値化と新商品の開発を図るべく、希望業界を対象に、今後も継続的に実施していく。

### 実施概要

①基本指導

テーマ：企業イメージをつくる広告デザイン

①時代のトレンド、デザインのトレンド

——人間らしさの重視へ

②CIと広告デザイン

——企業イメージ作りとコミュニケーション

③広告デザインの要素

——多くの要素の総合デザイン

イ.色彩

ロ.文字（ロゴタイプ、タイプフェース）

ハ.イラスト、図形、写真

ニ.構成、構図

ホ.ムード、感じ、イメージ

ヘ.イメージマップ

④広告デザインの構成

——商品のコンセプト、目的に合わせて

⑤21世紀をめざして

——美の時代、中身も外身も

②開発指導

個別企業巡回指導 1社

日本秤錘株式会社（高松市）

既存製品に対する評価・改善指導

### 実施概要

①基本指導

テーマ：新商品の開発とパッケージデザイン

①消費者ニーズの多様化、個性化

——大衆社会の終えん

②新商品の開発と市場調査

——規模の経済から連結の経済へ

③経営者と企画担当者とのコミュニケーション

——意識革命と社風の改善

④新商品開発と商品の個性化

——パッケージに主張を

⑤長期ビジョンの作成

——マーケティング戦略の必要性

②開発指導

個別企業巡回指導 5社

マルキン醤油株式会社（内海町）

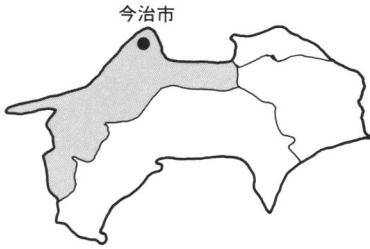
安田食品株式会社（ 〃 ）

宝食品株式会社（ 〃 ）

鎌田醤油株式会社（坂出市）

堺屋醤油株式会社（ 〃 ）

既存製品に対する評価・改善指導



●(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



▲タオルデザイン・講演風景



▲漆器・講演風景

## 1 産地における今後のデザイナーのあり方

- 指導日  
昭和63年2月5日、6日  
今治市、(財)今治地域地場産業振興センター
- 指導対象業種・品目  
タオルデザイン、タオル製造業
- 指導対象組合・企業  
愛媛絞匠デザイン協同組合
- 専門指導員  
水野暢子 専門学校東京デザイナー学院  
ファッション科非常勤講師
- 現地指導員  
諏訪弘一 愛媛絞匠デザイン協同組合 理事長

### 現状

今治市の繊維業界は、綿糸市況軟化や末端需要の伸び悩み等で厳しい多難な時代を迎えているのが現状である。

このような業界に対し、産地産業の実態に応じたデザイン開発指導を重点的に行い産地活性化とともに、商品企画における開発力向上の振興が望まれている。

### 問題点

- 多品種・小ロット・短サイクルによる加工コスト高
- 多品種・小ロット・短サイクルによる納期の短縮
- デザインの多様化及びファッションの変化が激しい
- 中型技術者・後継者難

### 実施概要

#### ①基本指導

テーマ：産地における今後のデザイナーのあり方について  
ファッションデザイナーの仕事には、マーケ-

トリサーチはとても重要である。人々は、どんな洋服を身につけているのか、アクセサリーは、バックは、街のブティックでの商品構成は、デパートの商品構成はどんなになっているのか、ファッションデザイナーは、あらゆる角度から分析されファッション・トレンドとディスカッションにもとづき、自分の個性を折りこんだディテールを自分のテクニックで表現しなくてはいけない。そのデザイナーの能力は常にマーケットが答えを出す。

でもメゲないで、すぐに立ち直れる、パワーがあつてぐるぐる大きな、スピーディーなうずの中に生きていける。

すべてに燃える情熱、いつも前進するパワー、すべてのここに発展させる希望、そしてそこに人々への愛情、商品への物作り人の愛情、それがデザイナーに情熱と希望を写せる講演であった。

#### ②開発指導

新商品開発事例をスライド上映しながら改善点等についてパネルディスカッションを実施。

### 今後の展開

デザインの多様化及びファッションの変化が激しい中での中型技術者及後継者養成

## 2 今日の漆器業界と今後の商品企画

- 指導日・場所  
昭和63年3月18日、19日  
今治市、(財)今治地域地場産業振興センター
- 指導対象業種・品目  
漆器製造業
- 指導対象組合・企業  
桜井漆器協同組合
- 専門指導員  
高木晃 株高木晃デザイン事務所 代表取締役
- 現地指導員  
松木正人 桜井漆器協同組合 理事長

### 現状

今治市の漆器業界は需要の伸びなやみ等により多難な時代を迎えております。

このときにあたり時代の変化に適応しながら発展していくためには伝統的技術を踏襲するだけでなく常に時代にマッチした製品づくりが必要であり又、ヒット商品にきる要素は地域の特性を生かし品質が良いここが必要であると同時に、デザインが大きく左右し商品評価を高め販路を広めることが必要である。

### 問題点

- 1 職工の老齢化
- 2 販売組織力弱体化
- 3 後継者の不足

### 実施概要

#### ①基本指導

テーマ：今日の漆器業界と今後の商品企画  
桜井漆器の伝統的技術の伝承と保持と企業経営上の産地自体としてのノウハウは必要条件としてもたなければならない。その上に現在の消費者ニーズの多様化とそのスタイルに組込まれる、商品の創出と、ブランドの確立が今後の商品企画を行う最も重要である。カラーズライドの上映を交えての講演。

#### ②開発指導

絞匠デザイン協同組合員を対象に一部繊維関係のデザインについて参加者全員に個別アドバイスをを行い、その後、ファッションについて作品及びカラーズライドの上映を交えてディスカッションを行った。

### 今後の展開

桜井漆器業界は殆んどが小企業であり、販売組織力の弱体化、職工の老齢化により後継者の不足等の問題点があり今後の漆器業界の方向性を正確に把握させる指導を行いたい。



●(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5-8-5  
TEL. 0942-44-3700

## 1

### 地場製品のデザイン戦略について

- 指導日・場所  
昭和63年3月29日  
久留米市、(財)久留米地域地場産業振興センター
- 指導対象業種・品目  
県内地場産品
- 指導対象組合・企業  
「つくりべ筑後」のメンバー
- 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
- 現地指導員  
進藤慶之助 (財)久留米地域地場産業振興センター  
技術開発部長

### 現状

久留米絣、籃胎(うんたい)漆器、八女福島仏壇、手すき和紙、久留米千菓子、筑後花菱、酒・焼酎等を産する。日本でも有数のいわゆる“地場産業の豊庫”である。

しかし、産業の種類は多いものの、一つ一つの産業の体質が弱い。

### 実施概要

#### ①基本指導

テーマ：「地場製品のデザイン戦略について」  
久留米地域のクラフトマンの集りである「つくりべ筑後」のメンバーを中心に「地場製品のデザイン戦略」と題し、陶器、木工芸、漆器、紙工芸等へ具体的例を示しながら指導を行った。

#### ②開発指導

「つくりべ筑後」のメンバーを対象にその個々の作品を対象に配色、彩色、形状、材質、デザイントレンド等を具体的に指導を行った。

### 今後の展開

種々のクラフトマンの集いであるため、異業種のつながりが現状では薄い<sup>1)</sup>が、今後各々の技術をつけなげるコーディネーター等<sup>2)</sup>が手当てできれば素晴らしい集団となるであろう。





▲講師：石井甫氏

●大分県商工労働観光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

## 1 消費者サイドのマーケティング

●指導日・場所

昭和63年2月22日、23日

別府市・つるみ荘

●指導対象業種・品目

一村一品産品（食品、工芸全般）

●指導対象組合・企業

一村一品産品の製造業者、販売業者、経済団体、行政関係者

●専門指導員

石井甫 株式会社百貨店商品業務部商品政策部長

●現地指導員

豊田修身 大分県別府産業工芸試験所技師

### 現状

本県では、一村一品運動の展開を開始し8年経過したが、その中から地域の特性を生かした1.5次産品を始めとする数多くの産品が生まれ地域の活性化に寄与している。

### 問題点

一村一品産品のなかには大分県を代表する産品も育っているものの、商品化や流通面等において問題を抱えている産品が多数あるため、これらの産品をいかに流通ルートに乗せるかが今後の重要な課題となっている。

### 実施概要

#### ①基本指導

テーマ：「消費者サイドのマーケティング」

百貨店の立場から、現代のマーケットを取り巻く環境を分析。

生活者の質的变化により、生活者に買い手から使い手へ、そしてマーケット創造の担い手へと変化してきた。▶Chart

百貨店の現場から、このような生活変化と食のマーケット動向を事例説明。

このような変化に対して、百貨店がどのような商品開発戦略をとろうとしているのか。マーケティングの見直し、商品開発事例、商品開発とポジショニングについての考え方を指摘し、今後のマーケティングの展開について方向性をさぐった。

### ②開発指導

下記の企業を対象に個別指導

- ①香菊堂（菓子）キウイフルーツのもなかのパッケージデザインと販路について
- ②お茶の若竹園（茶）カボス紅茶、梅づくし、しいたけ茶などのマーケティングについて
- ③一久庵（麺類）カボスうどんの販売方法について
- ④森菊商店（椎茸）椎茸の販路拡大について
- ⑤塚崎薬品工業（スッポン）スッポン鍋のギフト商品の売り方について
- ⑥大分県豊肥地域特産品販路開拓推進委員会 豊肥地域（11町村）の特産品（麦焼酎、ハト麦茶等）について、パッケージデザイン商品化の考え方、販路などの指導を行った。

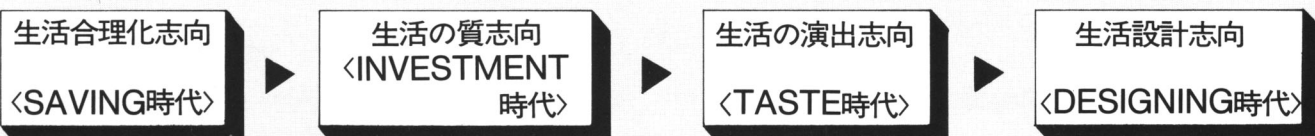
### 今後の展開

生活者ニーズの変化に対応し、商品開発の目的（コンセプト）を明確化すること。また、ターゲットの絞り込みを行うことが必要である。商品は、質が良いのは当然であり、ネーミングなど感覚的要素も大切である。

### ●Chart=生活者の質的变化について

## 買い手から使い手へ、そしてマーケット創造の相い手へ

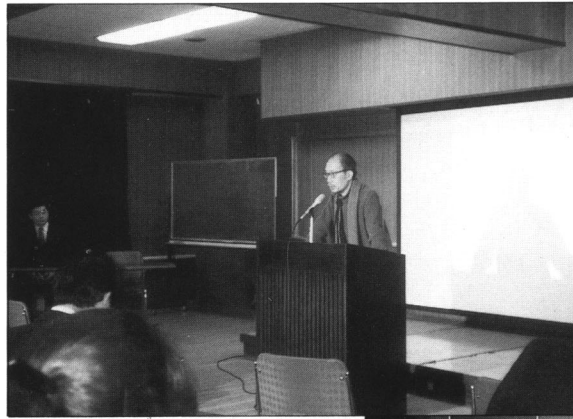
・生活変化のトレース（S.40年代から今日）



・生活変化と食のマーケット動向（百貨店の現場から）



●熊本県商工観光労働部商政課政策班  
〒862 熊本県熊本市水前寺 6-18-1  
TEL. 096-383-1111



▲講師：今井俊博氏



## 1

### 食のマーケティングについて

#### ●指導日・場所

昭和63年 2月16日、17日

熊本市

#### ●指導対象種・品目

食料品加工業

#### ●指導対象組合・企業

食料品加工業者、商工団体、行政機関商工担当

#### ●専門指導員

今井俊博 (株)マーケティングコンビナート

代表取締役

#### ●現地指導員

永松俊雄 熊本県商工観光労働部商政課参事

### 現状

本県では、豊かな豊林水産資源を背景に食料品製造業が以前より発達し、製造品出荷額の20.4% (昭和60年) を占めている。

また、地域振興の1つのかなめとして、1次産品にいかにか付加価値をつけていくかという課題に各地で様々な取り組みが行われている。

### 問題点

企業規模が小さく、地域的・業種的にも多様性に富んでいるため、産地を形成するまでには至っていない。

多様化する消費者ニーズに対する的確な産品開発・デザイン開発が遅れている。

また、産品開発後も、最も適当な流通ルートの確保が難しいケースが多い。

### 実施概要

#### ①基本指導

テーマ：「食のマーケティングについて」

流通専門家による食料品関係の動向と消費者指向の動態について、具体的事例を踏まえての説明。

現在は、消費者の「食」に関する指向も様々なか広がりを見せており、ライフスタイルの多様さとその変化の早さを敏感に反映している。

各地域でも産品開発に取り組んでいるが、やはり、地域の風土、特質に合ったものを作っていくことが、原則となる。

これは、古くから地域の特産品と言われていた産品、今でも生き続けている産品に共通した点であり、その原点が産品開発にとっては1つのポイントとなる。

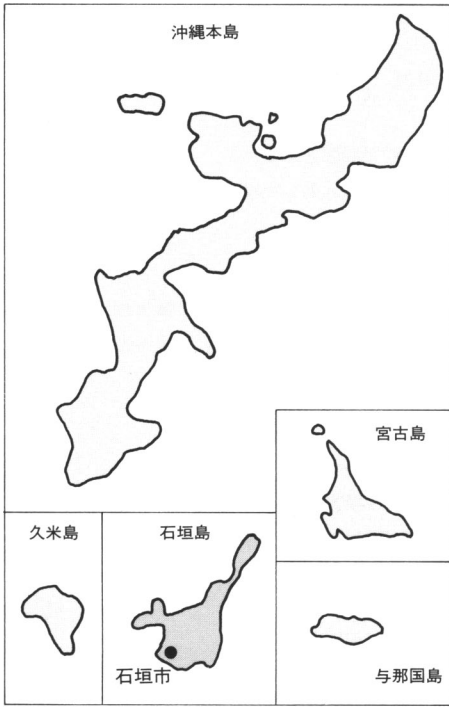
これからは、そのような地域の特性と、消費者指向の双方の接点にある産品開発が必要である。

#### ②開発指導

現地視察

#### 今後の展開

各地域には、優れた素材が豊富にあるため、より個別的なデザイン指導を行っていきたい。



●沖縄県商工労働部観光・文化局工芸産業課  
工芸企画係

〒900 沖縄県那覇市字壺川165  
TEL.0988-66-2770

## 1

### 八重山上布のデザインと配色

#### ●指導日・場所

昭和62年10月1日、2日

石垣市（沖縄県八重山職員会館、石垣市伝統工芸館）

#### ●指導対象業種・品目

繊維製品

#### ●指導対象組合・企業

石垣市織物事業協同組合

#### ●専門指導員

山崎昌久 株式会社営業本部商品統括室デザイン室 ヘッドディレクター

#### ●現地指導員

比嘉盛一 沖縄県工芸指導所主任研究員

### 現状

沖縄本島から南西約410kmに位置する八重山郡島、石垣島内の石垣市は、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、小木工があり、陶器は個人的に活動している人が多く、織物、小木工は組合を組織して、工芸品の産業化に努力している。

その織物である八重山上布は、貢納布制度によ

り精巧な柄織物がつくられるようになり、今日に継承されている。

種類としては、麻、苧麻を用いる八重山上布と綿や絹を用いるミンサー帯があり、いずれも植物染料を使用している。

織物従事者は現在244名で、年間生産額は2億500万円である。

### 問題点

八重山上布は、夏着にふさわしくすがすがしいおしゃれ着として親しまれているが、近年全国的な繊維不況、きもの離れにより、八重山上布も流通市場にのれない傾向にある。

そのため、和装指向に固執することなく、洋装を念頭においた製品づくりが求められている。

その内容として、八重山上布の特徴である麻を素材とした服地を基本とし、その風合（柄、配色等）を生かした製品づくり。また新たな二次加工製品の開発、及びこれまでの製品の改良等。

### 実施概要

#### ①基本指導

テーマ：「八重山上布のデザインと配色」

- ①和装界（特にテキスタイルのデザインや配色の面から）の現地とこれからの動向
- ②八重山上布の素材、柄柄、配色などを生かしたデザイン面での技術的指導（用途面も考慮）
- ③八重山上布の洋装化としての可能性

#### ②開発指導

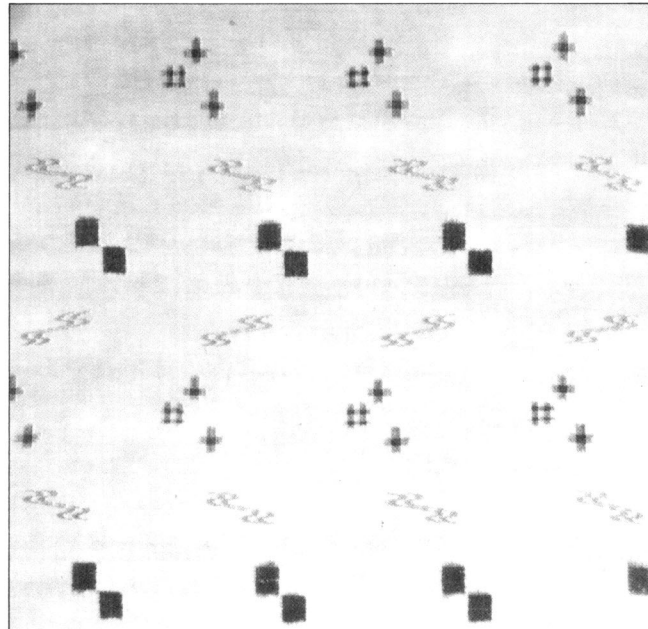
参加者が着尺・帯地を持ち寄り、講習内容に基づいて、生かせる点や工夫すべき点などについて、実際に指導、助言を受けた。

この中で山崎氏は、最近の消費者のニーズがファッション化されているもの集まる「感性消費」にあることを述べ、住まいのデザインなどのスライドを参考にしながら指導を行った。

#### 今後の展開

八重山上布の特質を生かしつつ、伝統的な柄柄をどう展開し、配色等を工夫して、品質面やデザインの的にも、消費者のニーズに合った製品の開発に取り組むことが必要となっている。

▼八重山上布



# 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

金澤 昭夫 青森県木工指導所意匠課長  
成田 卓夫 青森県木工指導所総括主任研究員  
〒030 青森県青森市八ツ役芦野202-4  
TEL. 0177-39-8551

九戸 真樹 青森県工業試験場主任研究員

小林 伸好 青森県工業試験場技師  
〒036 青森県弘前市袋町80  
TEL. 0172-32-1466

## ●岩手県

湯口 靖彦 岩手県工業試験場主任研究員  
〒020 岩手県紫波郡都南村津志田26  
TEL. 0196-36-3640

## ●秋田県

石山 昌孝 秋田県工業技術センター木材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寄4-1  
TEL. 0188-62-3414

## ●宮城県

佐藤 明 宮城県工業技術センター企画情報室研究員  
今井より子 宮城県工業技術センター企画情報室研究員  
〒982 宮城県仙台市長町8-7-20  
TEL. 022-248-4386

松浦 孝幸 宮城県商工労働部商政課主査  
〒980 宮城県仙台市本町3-8-1  
TEL. 022-263-2111

## ●山形県

藤田 壽夫 山形県工業技術センター工芸部デザイン室専門研究員  
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

## ●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3781-1  
TEL. 0292-93-7212

## ●栃木県

井口 昭儀 栃木県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デザイン課課長  
町田 芳明 埼玉県工業技術研究所デザイン課主任

〒338 埼玉県浦和市木崎3-10-1  
TEL. 0488-33-1511

林 広子 埼玉県繊維工業試験場秩父支場  
〒368 埼玉県秩父市熊木町28-1  
TEL.0494-22-0134

## ●神奈川県

永松 千幸 神奈川県工芸指導所工芸意匠科長  
〒250 神奈川県小田原市本町1-7-53  
TEL. 0465-22-4168

## ●新潟県

五十嵐禎夫 新潟県工業技術センター産業工芸研究室工業デザイン科科长  
小奈 一雄 新潟県工業技術センター産業工芸研究室工業デザイン科研究員  
〒950 新潟県新潟市鑑西1-11-1  
TEL. 025-244-9168

## ●滋賀県

福村 哲 滋賀県立信楽窯業試験場主査  
〒529-18 滋賀県甲賀郡信楽町長野498  
TEL. 0748-82-1155

## ●広島県

大藤 恭一 広島県立東部工業技術センターデザイン部研究員  
〒729-01 広島県福山市東深津町3-232-6  
TEL. 0849-31-2400

## ●鳥取県

藤本 章 鳥取県工業試験場産業工芸科長  
田上 重雄 鳥取県工業試験場産業工芸科研究員  
浜谷 康郎 鳥取県工業試験場産業工芸科研究員  
〒684 鳥取県境港市麦垣86  
TEL. 0859-45-0926

## ●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

## ●愛媛県

諏訪 弘一 愛媛県紋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

松木 正人 桜井漆器協同組合理事長  
〒794 愛媛県今治市桜井甲1391  
TEL. 0898-48-0306

## ●福岡県

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

## ●大分県

豊田 修身 大分県別府産業工芸試験所技師  
〒874 大分県別府市東荘園町3丁目3組  
TEL. 0977-22-0208

## ●熊本県

永松 俊雄 熊本県商工観光労働部商政課参事  
〒862 熊本県熊本市水前寺6-18-1  
TEL. 096-383-1111

## ●沖縄県

比嘉 盛一 沖縄県工芸指導所主任研究員  
〒901-11 沖縄県南風原町字照屋213  
TEL. 0988-89-1186



(財)日本産業デザイン振興会 ㊦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. 03-435-5633,5634 FAX. 03-432-7346