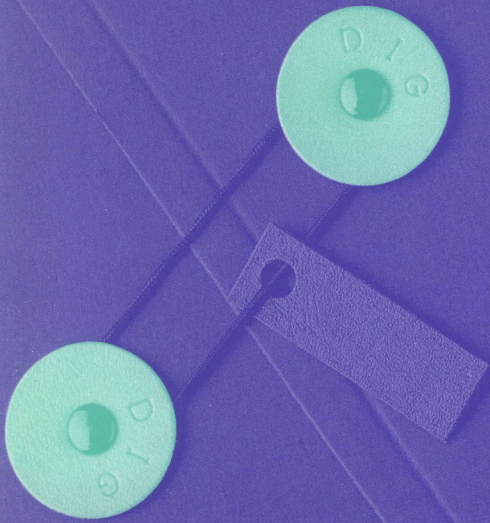


# DESIGN PROMOTION FOR REGIONAL INDUSTRIES



昭和63年度日本優秀デザイン商品開発指導事業実施報告書

(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



**JIDPO** 

Japan  
Industrial  
Design  
Promotion  
Organization



昭和63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

---

茨城県

栃木県

埼玉県

---

滋賀県

和歌山県

---

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63年度(優)事業専門指導員

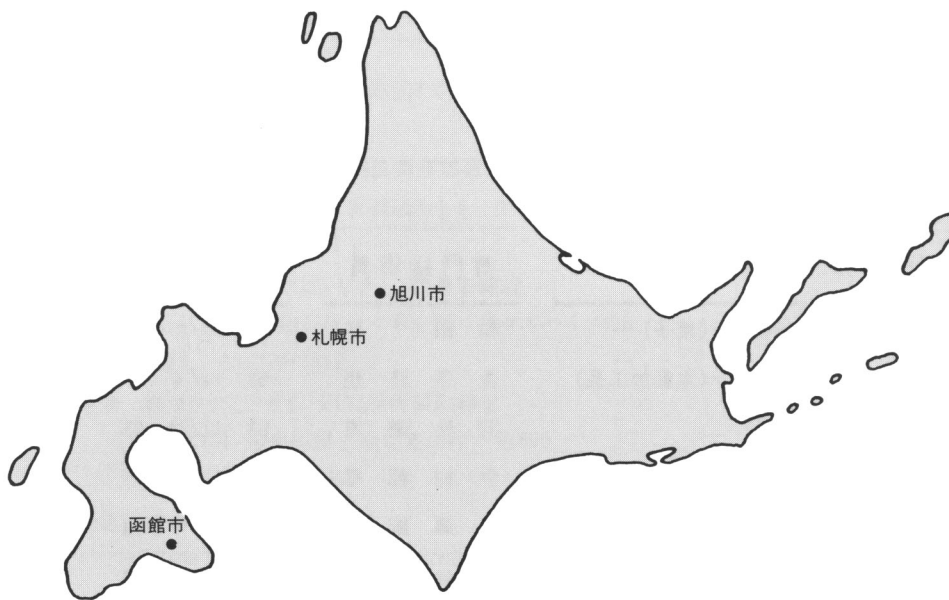
- 秋月 繁 グラフィックデザイナー  
 〒154 東京都世田谷区池尻4-27-32-815  
 TEL. 03-412-1371
- 石井 甫 (株)西武百貨店取締役商品業務部長  
 〒171 東京都豊島区東池袋3-1-1 サンシャイン60  
 TEL. 03-989-0111
- 今井 俊博 (株)マーケティングコンビナート代表取締役  
 〒151 東京都渋谷区代々木3-31 代々木ハイツ408  
 TEL. 03-379-1847
- 宇佐波徳美 (株)ウサナミデザイン研究所代表取締役  
 〒240-01 神奈川県三浦郡葉山町一色895  
 TEL. 0468-75-9584
- 岡田 宏三 (株)オーティ代表取締役  
 〒106 東京都港区六本木7-12-23 2-A  
 TEL. 03-403-2613
- 荻野 克彦 (有)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  
 TEL. 03-358-4890
- 金沢 和美 熊谷文化服装専門学校講師  
 〒360 埼玉県熊谷市桜木町1-63  
 TEL. 0485-24-0777
- 金子 修也 (株)GKグラフィックス副社長  
 〒171 東京都豊島区南池袋1-11-22 山種ビル7F  
 TEL. 03-971-8121
- 川上 玲子 ヴェブ・スコーランテキスタイルスタジオ主宰  
 〒107 東京都港区元赤坂1-4-1 岡野ビル 4 F  
 TEL. 03-403-2659
- 剣持 和之 (株)西武百貨店有楽町店インテリア営業部  
 スタジオカーサ建築係長  
 〒100 東京都千代田区有楽町2-5-1  
 TEL. 03-286-5551
- 杉田 浩一 (株)高島屋百貨店事業本部  
 ファッションオフィスインテリア担当次長  
 〒103 東京都中央区日本橋2-4-1  
 TEL. 03-211-4111
- 竹山 達之 (株)大丸百貨店事業本部デザインオフィス技術課長  
 〒542 大阪府大阪市中央区西心齋橋1-4-5  
 TEL. 06-281-9028
- 豊口 協 東京造形大学学長  
 (株)豊口デザイン研究所代表取締役社長  
 〒152 東京都目黒区碑文谷5-151 (事務所)  
 TEL. 03-792-6791
- 那賀 清彦 那賀製品開発研究室代表  
 〒810 福岡県福岡市中央区天神3-10-32ロゼ天神303  
 TEL. 092-713-0228
- 中田 弘 (株)ガードナー商品企画室室長  
 〒347 埼玉県加須市下三保263-1  
 TEL. 0480-62-6611
- 永田 雅暉 西田(株)第二営業部原糸課課長  
 〒103 東京都中央区東日橋3-12-14  
 TEL. 03-662-7277
- 中村 錦平 多摩美術大学教授  
 〒158 東京都世田谷区上野毛3-15-34  
 TEL. 03-702-1141
- 中村 宏 (有)絆リサーチ取締役  
 〒106 東京都港区六本木4-3-11-212  
 TEL. 03-405-5448
- 永山 元明 (株)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
- 羽生 道雄 モノプロ工芸(株)／モノプロデザイナーズ代表取締役  
 〒213 神奈川県川崎市宮前区管生1-16-21  
 TEL. 044-976-0551
- 林 大功 日図デザイン博物館館長・(社)日本図案家協会監事  
 〒606 京都府京都市左京区岡崎成勝寺町9-2  
 日図会館内  
 TEL. 075-761-5381
- 林 寅正 名古屋造形芸術短期大学教授  
 〒485 愛知県小牧市大字大草字年上坂6004  
 TEL. 0568-79-1111
- 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
- 前田又三郎 (株)デザイン総研広島代表取締役社長  
 〒730 広島県広島市中区大手町4-6-16 山陽ビル  
 TEL. 082-242-7755
- 三澤 國家 (株)三澤事務所代表取締役  
 〒113 東京都文京区本郷1-15-2  
 TEL. 03-814-0253
- 皆川 節夫 東レ(株)マーケティング企画部  
 ファッション企画室商品企画担当  
 〒103 東京都中央区日本橋室町2-2-1  
 TEL. 03-245-5440
- 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9-3 司法書士会館 3 F  
 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
- 山崎 純子 食工房主宰・東北工業大学工業意匠学科客員研究員  
 〒982 宮城県仙台市八木山香澄町55-1  
 TEL. 022-229-1151
- 山本 良一 (株)バックベッカー社長  
 〒171 東京都豊島区南池袋2-8-5-602  
 TEL. 03-989-1977
- 淀川 敏夫 (株)東京クリエート・アンド・サプライ代表取締役  
 〒151 東京都渋谷区千駄ヶ谷5-18-20 西沢ビル  
 TEL. 03-354-1420
- 米津 久吉 米津デザイン研究室代表  
 〒167 東京都杉並区清水2-4-16  
 TEL. 03-399-0996
- 和田 亨 (株)アドクリエー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



# 昭和63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	専門指導員	実施日
北海道	5	パッケージデザイン(菓子)	和田 亨	63. 10/27～28
		パッケージデザイン(水産加工品)	金子 修也	63. 11/4
		小木工品	羽生 道雄	63. 11/24～25
		工芸陶磁器	中村 錦平	63. 12/16～17
		パッケージデザイン(水産練製品)	三澤 國家	1. 3/17～18
青森県	3	小木工製品、漆器、陶器	荻野 克彦	63. 10/27～28
		パッケージデザイン	藤田 実	63. 11/17～18
		//	秋月 繁	1. 2/27～28
岩手県	1	県内地場産品	淀川 敏夫	1. 3/25
秋田県	2	パッケージデザイン(味噌、醤油)	岡田 宏三	63. 10/27～28
		パッケージデザイン(盆、建水、弁当箱)	宇佐波 徳美	1. 3/9～10
宮城県	1	小木工品	中村 宏	63. 11/14～15
山形県	1	パッケージデザイン(味噌、醤油)	八尾 武郎	63. 10/6～7
茨城県	1	県内地場産品	石井 甫	1. 3/8～9
栃木県	1	パッケージデザイン	三澤 國家	1. 3/2～3
埼玉県	2	縫製業・婦人服	金沢 和美 中田 弘	63. 10/3, 11/13
		織物業・インテリアファブリックス	皆川 節夫 永田 雅暉	63. 11/11, 11/29
滋賀県	1	陶器、建築、インテリア用品	剣持 和之	63. 3/9～10
和歌山県	4	漆器製品	竹山 達之	1. 3/23～24
		繊維製品	山岸 征史	1. 3/28～29
		パッケージデザイン(和雑貨)	永山 元明	1. 3/28～29
		家具製品	杉田 浩一	1. 3/30～31
広島県	1	機械製造業	豊前 協 口田 又三郎	1. 3/17
鳥取県	1	和紙製品、陶器、木、竹製品	羽生 道雄	1. 3/16～17
香川県	2	パッケージデザイン(醤油、佃煮)	永山 元明	63. 12/20～21
		煉瓦・タイル	林 寅正	1. 2/9～10
(財)今治地域 地場産業振興センター	2	タオルデザイン	林 大功	1. 3/27～3/28
		漆器製品	荻野 克彦	1. 3/30～31
(財)久留米地域 地場産業振興センター	1	インテリアデザイン(提灯)	那賀 清正	1. 3/30～31
大分県	1	県内地場産品(一村一品)	今井 俊博	1. 2/20～21
熊本県	2	農林水産加工	山崎 純子	63. 10/24～25
		パッケージデザイン(食料品・酒類)	米津 久吉	1. 2/21～22
沖縄県	1	繊維製品(芭蕉布)	川上 玲子	63. 12/21～22





●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 菓子のパッケージデザインについて

●指導日・場所  
昭和63年10月27日、28日  
旭川市（道北地域旭川地場産業振興センター）

●専門指導員  
和田亨（株）アド・クリエイター  
代表取締役社長

●指導対象業種・品目  
菓子製造業、菓子の包装パッケージ

●指導対象組合・企業  
（財）北海道菓子協会

●現地指導員  
安河内義明 北海道立工業試験場芸部  
工業デザイン係研究員

**現状**  
本道では、全製造業の出荷額の約30%が食料品製造業であり、その内菓子製造業が約4%を占める。  
菓子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。

**問題点**  
本道の菓子業界は、最近の景気の回復に伴い上昇基調にあるが、成熟市場であるため過当競争の様相を呈している。

品質そのものは、本州製品と比較して遜色がな  
いがパッケージデザインの面で遅れているのが  
現状である。  
商品開発力、デザイン力が弱いことから、近年  
の消費者ニーズの多様化と商品サイクルの短期  
間化に対応することができない。

**実施概要**  
①基本指導  
テーマ：「菓子のパッケージデザインについて」  
パッケージのデザインワークの実際、デザイン  
開発に当たっての留意すべき事項等について、ス  
ライドで具体例を紹介しながら講演が行われた。

②開発指導  
個別企業毎に持参された既存商品（道外の観光  
客を対象とした土産品、地域の名産品、ギフト  
等）に対し、味、量、価格、性格、自社商品の中  
での位置付けなどを確認しながら、批評、改善  
指導を行った。

**今後の展開**  
北海道の食品加工品は、素材は豊富であるがパ  
ッケージについては、全国からみて遅れており、  
今後重点的に取り組まなければならない課題と  
なっている。  
昭和60年度から道内の菓子製造業を対象に実  
施してきた講習会も一巡しデザインコンペなど  
には、新しいデザインの商品が出品されつつあ  
る。今後も機会あるごとにデザインの重要性を  
問う講習会を行っていく予定である。

## 2 デザイン開発と販路 拡大

●指導日・場所  
昭和63年11月4日  
函館市（函館市亀田商会館）

●専門指導員  
金子修也（株）GKグラフィックス副社長

●指導対象業種、品目  
水産加工食品、食品パッケージ

●指導対象組合・企業  
北海道商工会連合会

●現地指導員  
安河内義明 北海道立工業試験場芸部  
工業デザイン係研究員

**現状**  
本道では、全製造業の出荷額の約30%が食料品  
製造業であり、食料品製造業の中で水産加工食  
料品は、約35%を占める。  
今回の実施地域である渡島支庁管内は、全道の  
約30%の水産加工食料品を製造し主要産業と  
なっている。

**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  
務となっているが、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：「デザイン開発と販路拡大」  
パッケージは、単独に決定されるものだけでなく商  
品の販売戦略に立脚して、保護、運搬、形態、  
色彩、安全性等を考慮して決定されるものであ  
る。  
特に、販売対象、販売ルート、商品での小売り  
形態等により大きく左右される。  
これらを考慮した上で、今後の開発に取り組む  
べきである。

②開発指導  
講師は現地到着後市内のデパート、市場等を視  
察し、実情を把握。その感想を取り入れながら  
の指導であった。  
パッケージは、商品開発の時点から、素材の特



性、販売対象層、量目等を総合的に勘案し、決定されるものである。

北海道の水産物は素材は良いのだが、量目が多すぎせいかの味が生かされず、人々に飽きられる程の量になっているという欠点がある。

また本州企業の良い例（スライド指導）と比較すると、商品イメージよりは観光イメージが先行していて、主旨がうまく伝わらない傾向がある。そのため（個別に指摘）中々本州市場で自分の場が確保できないと思う。

今後の開発努力に期待する。

#### 今後の展開

デザイン開発と販路拡大についての講習会により、経営者の意識改革が図られたが一過性のものでなく、今後も講習会などを積極的にしていく必要がある。

### 3 最近の小木工デザインについて

#### ●指導日・場所

昭和63年11月24日、25日  
旭川市（旭川市工芸指導所）

#### ●専門指導員

羽生道雄 モノプロ工芸（株） 代表取締役

#### ●指導対象業種・品目

小木工品

#### ●指導対象組合・企業

（社）北海道観光土産品協会

#### ●現地指導員

安田公彦 北海道立工業試験場工芸部  
工業デザイン科長

課題となっている。

#### 実施概要

##### ①基本指導

テーマ：「最近の小木工デザインについて」  
従来型的小木工品では、今後の需要は期待薄であるので、今後需要が見込めるギフト市場への参入など新商品開発を図る必要がある。

道内だけでなく道外、海外まで広く市場を求めよい小売店に直接供給することが重要である。

##### ②開発指導

受講者が持参した開発商品（民芸品、陶磁器と木材の複合品、ガラス製品など幅広い分野）について、デザインを中心とする個別指導を行った。

#### 今後の展開

全国的な情報や具体的なデザイン指導が得られデザインに対する認識が拡大し、新製品の開発意欲が高まり、今後の商品開発が期待できる。

### 4 いまをどう拓くか、伝統をどう捉えるか

#### ●指導日・場所

昭和63年12月16日 17日

札幌市（札幌国際ホテル）岩見沢市（こぶ志陶苑）

#### ●専門指導員

中村錦平 多摩美術大学教授

#### ●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

#### ●現地指導員

中里一英 北海道立工業試験場野幌分場  
化学技術部主任研究員

#### 現状

道内には主たる窯場が127か所、従業員も200人を超え、陶芸教室等の裾野も広い。しかし規模は小さく、専門業者は30名程度である。多品種少量の民芸品的生産であり、観光土産品としての販売が主である。

#### 問題点

本道陶芸は、伝統に支えられた他府県の陶磁器産地と比較すると、規模は小さく、また道内各地に点在しているため産地を形成していない。そのため造形、彩色などのデザイン開発の向上など技術面での情報が不足している現状にある。

#### 実施概要

##### ①基本指導

テーマ：「いまをどう拓くか、伝統をどう捉えられるか」

金沢、カリフォルニア、東京、パリでの体験を通じた陶芸、クレイワーク、美術教育について自作品、アメリカの作品のスライドを用いて講演した。

##### ②開発指導

#### 実技指導

岩見沢近辺の陶芸家28名が参加して造形の実技指導を行った。

#### 今後の展開

著名な陶芸家の陶芸デザインに関する講習を受けたことにより、陶芸家の製作意欲の向上、若手陶芸家の育成などが期待される。今後も定期的に講習会を行うことにより、地場工芸陶磁器業界の質的向上と本道風土に根ざした新しい陶芸デザイン開発を図っていきたい。

#### 現状

本道における木工芸品製造業は、約140事業所、出荷額は約50億円である。

製品は、観光土産品、クラフト、美術工芸品の各分野にわたっており、多品種少量生産である。

#### 問題点

民芸品業界は、個人あるいは零細業者が多くデザイン開発についても代表者の好みに頼るか他社の売筋商品の模倣に頼る例が多い。

需要拡大を図るため物産展での販売が試みられているが、コストと引き合わない、食糧品と同列に並べられるのでクラフトの良さが伝わらないなどの批判があり、普及、定着の場の確保が





## 5 食品パッケージデザインについて

### ●指導日・場所

平成元年3月17日、18日

札幌市 札幌KSビル

### ●専門指導員

三澤國家 (株)三澤事務所 代表取締役

### ●指導対象業種・品目

水産練製品、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

### ●現地指導員

安田公彦 北海道立工業試験場工芸部

工業デザイン科長

### 現状

道内の水産練製品業界は、現在64事業所、従業員約2000名、売上高200億円である。水産資源の減少により、原料価格が上昇基調にあり、また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。

### 問題点

経営体質、技術力の低い企業が多く、製品開発能力などの面でも遅れている。

需要拡大のためには、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組みがこれまで遅れており、パッケージデザイン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：「食品パッケージデザインについて」アサヒビールの成功事例と日本酒紙パックの失敗事例を通して、売れる商品づくりのためのデザイン開発などマーケティング手法の概略について説明があった。

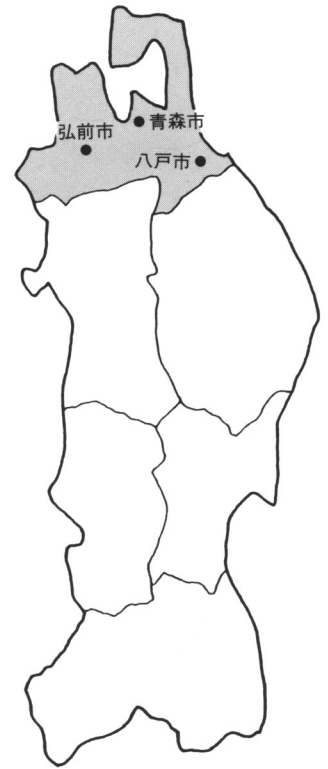
また、新しい包装技術手法の紹介のあと(株)栄太楼総本舗における商品開発事例を紹介した。

#### ②開発指導

受講者が持参した開発商品についてパッケージデザインだけにとどまらず、商品コンセプトや企業の今後の経営戦略までも含めた総合的な個別指導を行った。

### 今後の展開

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、対応の仕方に差別が大きいため、今後はもっと幅広く様々な業種に展開していきたい。



### ●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

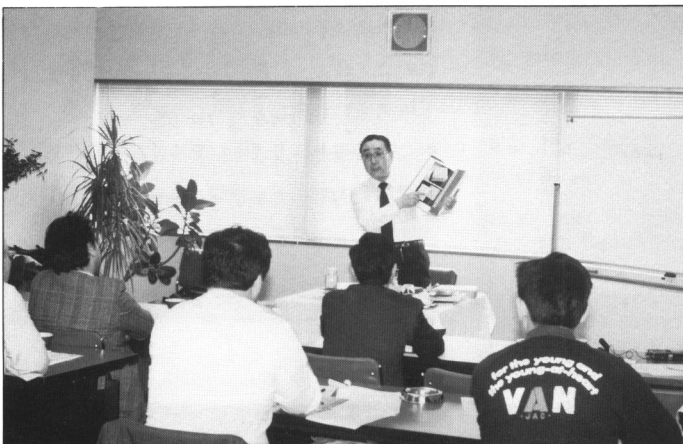
TEL. 0177-22-1111

### 現状

本県における地場産業の現状は、製造業は全事業所の割合は80%を占めその業種構成の主なものは、食料品製造業、家具・装備品製造業、木材・木製品製造業などであり、地元資本による地場産業により構成されている。

### 問題点

経営体質が脆弱であることから、各業者が独自に新商品の開発、デザインを進めるうえで、ニーズに応えるための情報収集、分析がなされていないことから、流通面を含めて今後とも本事業の回を重ねてゆく必要がある。



## 1 ユーザーのためのデザイン

### ●指導日・場所

昭和63年10月27日、28日

青森県工業試験場、青森県観光物産館

### ●専門指導員

荻野克彦 (有)荻野克彦デザイン事務所

代表取締役

### ●指導対象業種・品目

小木工製品、漆器、陶器、その他の製品製造業者

### ●指導対象組合・企業

ブナコ漆器製造(株)、ヒバ開発(株)、弘前こぎん研究所、県漆器協同組合連合会、中弘クラフト

### ●現地指導員

金澤昭夫 青森県工業試験場青森木工

分場デザイン課長

九戸眞樹 青森県工業試験場 主任研究員

## 2 パッケージデザインのあり方

### ●指導日・場所

昭和63年11月17日、18日

八戸市内巡回指導、八戸市庁新館

### ●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

### ●指導対象業種・品目

水産、農産加工品、菓子製品、工芸品、その他

### ●指導対象組合・企業

サンベル旭ヶ丘、丸美屋製菓、かねさ味噌(株)、こぶし生活改善グループ、倉倉材、城屋

### ●現地指導員

金澤昭夫 青森県工業試験場青森木工分場

デザイン課長

九戸眞樹 青森県工業試験場 主任研究員

## 3 パッケージデザインのあり方

### ●指導日・場所

平成元年2月27日、28日

弘前市内巡回指導、青森県観光物産館6F会議室

### ●専門指導員

秋月繁 グラフィックデザイナー

### ●指導対象業種・品目

水産加工品、菓子製品、工芸品

### ●指導対象組合・企業

高砂食品(株)、柏村加工センター、六花酒造、市浦村農産物加工センター、(有)二唐刃物鍛造所、(株)ラグノおささき、青森県中央酪農業(協)

### ●現地指導員

金澤昭夫 青森県工業試験場青森木工分場

デザイン課長

九戸眞樹 青森県工業試験場 主任研究員

### 実施概要

#### ①基本指導

テーマ：「ユーザーのためのデザイン」—見直されるべき「生きた素材」

開発事例のスライドを使い「デザインとは何か」との講演がおこなわれた。

伝統的、基本的技術の保持に加え一工夫する考え方。

素材、技術、生活体験の再認識についての指導があった。

#### ②開発指導

個別企業ごとに既存商品に対する評価、改善指導を行った。

### 実施概要

#### ①基本指導

テーマ：「パッケージデザインのありかた」  
開発事例のスライドを使い講演が行われた。

1. ターゲットを絞り込んだ商品開発
2. “ブランド名”は統一性が必要である。
3. シンボルマーク、ロゴ等は企業の顔であり、企業の統一イメージを作り出す手段でもありデザインにおける企業戦略の手段として重要である。

#### ②開発指導

個別巡回指導（3企業）

[サンベル旭ヶ丘]

1. シンボルマークのデザイン指導
2. 店舗のディスプレイ、商品のディスプレイについての指導
3. 流通についての指導

[丸美屋製菓]

1. 既存商品のパッケージデザイン指導
2. 情報収集、市場調査の重要性について

[イチノベパン]

1. 既存商品のパッケージデザイン指導
2. 企画開発、コンセプト立案の重要性について

### 実施概要

#### ①基本指導

テーマ：「パッケージデザインのありかた」  
開発事例のスライドを使い講演

1. これからのデザインは、消費者が喜ぶようなパッケージを作っていくことが大切になってくる。
2. 伝統的なものを生かしながら新しいものに仕上げていくことが大切（ローカル色を出して一工夫することが大切）

#### ②開発指導

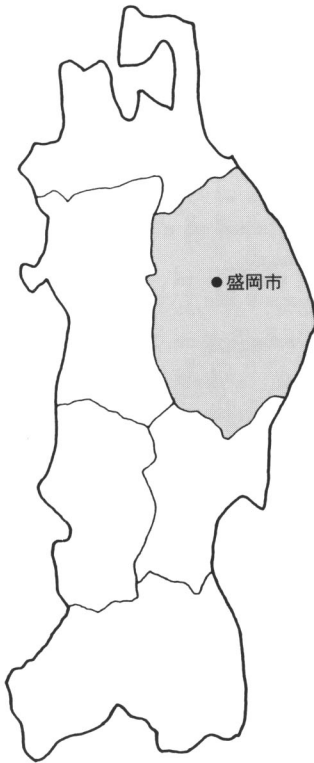
個別巡回指導

既存商品のパッケージデザイン指導

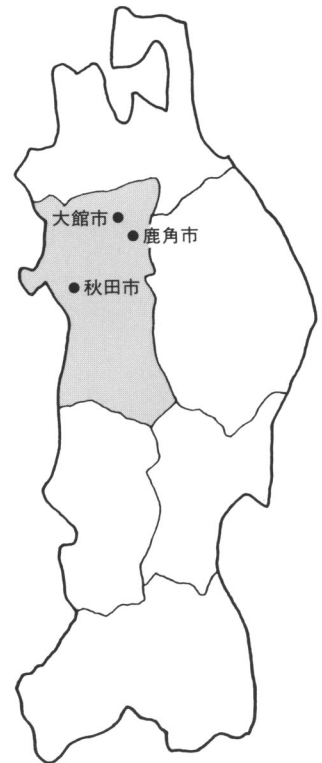
### 今後の展開

県内中小企業がパッケージデザインの必要性を認識し、製品開発や流通面を含めた指導を行っていきたい。





●岩手県商工労働部工業課  
〒020 岩手県紫波郡都南村津志田26  
TEL. 0196-36-3640



●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

開発が製品流通上重要な要素となる。

### 問題点

地場産業者の抱える問題点として、商品開発力の脆弱性はよく指摘される場所であるが、新商品の開発は勿論の事、流通段階において消費者がどのようなパッケージに対し、好感を持ち購売行動に出るのかが、重要な要素となる。

しかしながら、食品業界をはじめとして、地場産業者の殆んどが、これら商品の一部の要素としてのパッケージ開発に対し十分な取り組みをしているとは言いにくい状況にある。

従って、その意識の変革を助長し、消費者の鋭敏な感性に訴えるパッケージとは何かを模索、検討する必要がある。

### 実施概要

#### ①基本指導

テーマ：「地場産業と流通」

今回は、商品を構成する要素としてのデザインの重要性のみならず、商品の需要を拡大するため、流通段階における新たなチャンネル創造の必要性に至る一貫した内容の講義を行った。

1. デザインの重要性においては近年の消費者ニーズの多様化、高級化、個性化等に対応するため企業側に商品開発に際し、どのようなことが今求められているかを中心として説明。

2. また今日、地場産業者にとって商品開発手法（商員企画力）とともに大きな課題の一つとして流通問題が挙げられる。これに関しては流通チャンネルの多元化を促進し、安定的な流通ルートを確認する必要がある、との説明。

3. いわてデザインセミナーと併催されている'89いわての産業デザイン展に出品された作品のデザイン性等について例示的に講評

#### ②開発指導

'89いわての産業デザイン出品作等の中から抽出し具体的に商品企画から製作までのプロセスについて企業側からの個別相談を実施。この中で商品開発にあたっては個々の商品の単位的開発手法から生活提案型手法へのシフトが必要であるとのアドバイス等がなされた。

#### 今後の展開

県内においては、近年異業種組合の設立が相次ぎ、従来の枠を超えて商品開発、流通の問題に取り組もう、との動きが活発化している。今後は、総合的な提案型商品の開発が極めて重要となることから実際の活動を通じて商品企画のあり方を検討してゆくことが必要となろう。

## 地場産業と流通

### ●指導日・場所

平成元年 3月25日

県民会館 4階 第二会議室

### ●専門指導員

淀川敏夫 (株)東京クリエート・アンド・サブライ 代表取締役

### ●指導対象業種・品目

県内食品、工芸品等製造業

### ●指導対象組合・企業

県内中小企業、一般消費者、商工団体担当者、県市町村商工担当者

### ●現地指導員

湯口 靖彦 岩手県工業試験場 特産工業部長

### 現状

沿岸部 食料品 41.2% (水産加工品等)

木材 28.0%、窯業 8.7%

内陸部 食料品 28.1%(めん、畜産、農産等)

窯業 10.8%、木材 10.4%

沿岸部は、陸中海岸として全国でも有数の漁場であり水産加工業が主たる産農となっている。

内陸部は、農畜産物、めん類、味噌、しょう油等が主要産業であり、いずれもパッケージ等の

## 商品のネーミングとパッケージデザインの重要性について

### ●指導日・場所

昭和63年10月27日、28日

秋田市 (基本指導)、鹿角市 (開発指導)

### ●専門指導員

岡田宏三 (株)オーディ 代表取締役

### ●指導対象業種・品目

食料品製造業 (味噌、醤油)

### ●指導対象組合・企業

秋田県味噌醤油工業(協)能勢醸造(資)

(株)浅利佐助商店

### ●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

## [味噌]

●秋田県は自家醸味噌のウエイトが高く、市場開拓が進んでいない。

●県内産供給率は、昭和50年代に70%台を割って、次第に低下してきている。

## [醤油]

●県内産供給率70%台で比較的安定している。

## 問題点

1 競争力が低下している。(パッケージにカネをかけるより、安く売りたいと考えてしまう)

2 市場開発力が弱い。(限られた地域需要に依存している企業が多くデザイン開発力が弱い。)

3 業界活動の展開が弱い。(消費者ニーズの多様化等に関する情報収集、提供活動が弱く、時代のセンスに適ったデザイン活動の促進が弱い。)

## 実施概要

## ①基本指導

テーマ：「商品のネーミングとパッケージの重要性について」

食品の基本的調味料である味噌・醤油は生活の中に親しめるデザインが求められる。そこで、具体的ネーミングやパッケージを例示し、生活への提案、もてなし心のあるデザインのあり方について指導された。

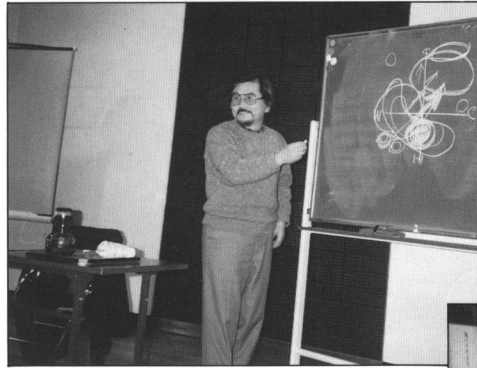
また、参加者のもちよったパッケージについて具体的に指摘、指導を行った。

## ②開発指導

個別企業のデザイン相談では、各企業の商品特性に適ったデザイン(パッケージ、ロゴ等)指導を行った。

## 今後の展開

業界でパッケージの意義と重要性について、認識を新たにしたが、問題は、パッケージだけではなく、「商品全体からとらえたデザインとは何か」ということが明らかになってきた。そこで、今後の継続指導の要望に応じていきたい。



## 2 商品開発における的確なコンセプトと開発テーマづくりの手法について

## ●指導日・場所

平成元年3月9日、10日

大館市

## ●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

## ●指導対象業種・品目

曲物曲輪製造業(盆、健水、弁当箱)

## ●指導対象組合・企業

秋田県曲物(協)、大館曲ワッパ(協)大館工芸社  
(株)栗盛久吉商店、柴田慶信、(有)高橋ヌリモノ店

## ●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

## 実施概要

## ①基本指導

テーマ：「商品開発における的確なコンセプトと開発テーマづくりの手法について」

「イメージコンセプトマップ」を例示して、商品開発のコンセプト・テーマに係る因子分析手法の指導を行った。

## ②開発指導

個別企業のデザイン相談では、各企業の日頃のデザインに対する考え方について具体的な相談・指導を行うとともにそれぞれの商品に対するデザインの改善指導を行った。

1. 複合商品の開発について
2. 代替材を使用したものとの差別化について
3. 伝統工芸品とそれ以外の新しい工夫をした商品開発について

## 今後の展開

イメージコンセプトマップの活用により、商品開発の<sup>マト</sup>的の絞り方等で具体的な展開がはかれるので、今後、継続的に相談・指導を行ってきたい。

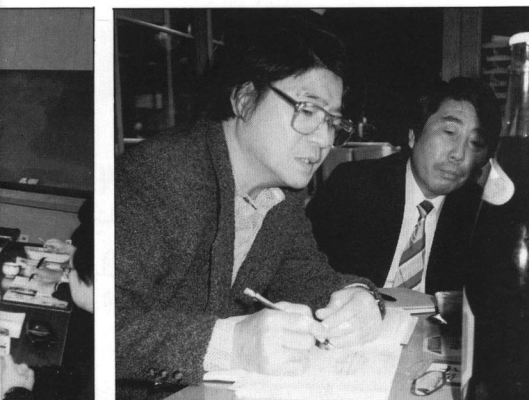
## 現状

天然秋田杉を素材とし、本来は弁当箱等日用品を主体に製造されてきたが、近年は軽くて味のある美しさなど現代感覚に訴えて多様なアイテム展開がなされてきている。

昭和55年には、国の伝統的工芸品として指定された。

## 問題点

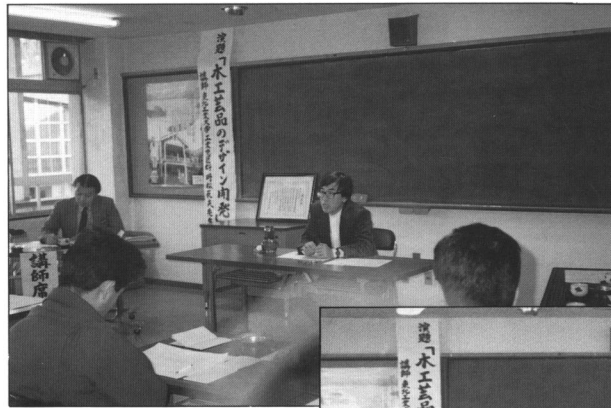
- 1 原材料の確保難と価格上昇が懸念される。
- 2 後継者がはっきりしていない企業が多い。
- 3 企業規模が小さいため営業活動が弱い。







●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



## | マーケッター発想からの商品開発

### ●指導日・場所

昭和63年11月14日、15日  
登米町、津山町、東和町

### ●専門指導員

中村宏 (有)絆リサーチ 取締役

### ●指導対象業種・品目

小木工品製造業・小木工品

### ●指導対象組合・企業

登米町地場産業振興対策協議会、登米町木工興業組合、津山木工芸品事業組合、東和町木工芸研修センター研修生協議会

### ●現地指導員

佐藤明 宮城県工業技術センター指導部指導科 研究員

### 現状

当該地域は、宮城県の北東部、北上山地と北上川流域に位置し、「みやぎ北上連邦(登米町、東和町、津山町、中田町)」として積極的に地域づくりを実施している。

この中の対象組合の属する町の総面積のうち、森林が70%以上を占めており、これら森林資源

の活用により、各組合毎に独自の木工品(素材の違い)を開発し、重要な地場産業として、地域の活性化に貢献又は期待されている。

### 問題点

各組合毎に特徴のある商品作りをしているところであるが、今後これら商品の販路拡大を図るためには、特に都市圏の生活様式や消費者ニーズを十分に満足させるような、デザイン戦略による商品の開発が必要になってきている。

### 実施概要

#### ①基本指導

テーマ:「マーケッター発想からの商品開発」  
マーケッター発想からの商品開発は、どういう商品を作るかより以前にマーケットがどういう状態にあるかを診察・診断した上で、どういう商品が消費者に喜ばれるかを考える事であるとして、

- 市場背景…80年代以降、総中流時代から新階層社会へ変わって来たことによる市場の変化
- 市場動向…市場背景に基づき、これからの消費の動向。

について講演された。

#### ②開発指導(個別指導)

##### 1. とよま玄昌石(株)

- 石の性質を生かした商品作りが必要。
- 自然の形を生かしながら作って行く事により市場では1個しかない(1個しか出来ない)魅

力が出る。

また、加工しても(磨いても)、1カ所自然の形を残す事によって魅力が出る。

##### 2. 登米町木工興業組合

常時従業員が1人しか居ないからこそ、沢山の種類を作るより、作る物を絞って行く必要がある。

一番良いものを作って、今後、従業員が広がってきたら、種類を増やしてもいいのではないかと。

##### 3. 津山木工芸品事業協同組合

●素材には新しい表情があるので、その表情に合った商品作りが必要であり、この表情を生かすための方法を考える必要がある。

●パッケージについても工夫が必要

●物と物のつながりをイメージして、これら商品の置き場所を作って行く必要がある。

##### 4. 東和町木工芸品研修センター研修生協議会

●素材を生かせる商品は何かを考えて見る必要がある。

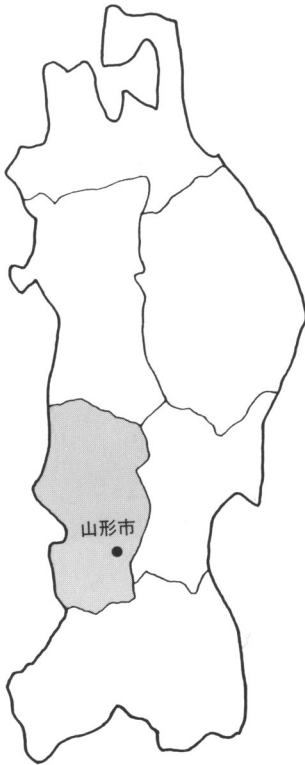
●各自が得意の分野を持つ必要がある。

●評判の良い物を発展させる。(売れ筋のバリエーション化)

●技術習得のための勉強方法等について。

### 今後の展開

この事業を契機として、各町木工組合が協力してデザイン開発・技術交流の場を作ろうとしており、今後ともデザイン開発等の事業を実施して行く必要がある。



●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



### 今後の展開

パッケージデザインについては、ワークショップ事業等でパイロット・デザインを推進し、今後とも継続的な指導を行ってきたい。

けば小規模企業である。  
生産高は、約15億円で、食生活や嗜好の変化、大手企業の県内進出により近年減少傾向にある。

### 問題点

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。  
マーケティングに基づいたパッケージデザインの開発が急務とされていた。

### 実施概要

#### ①基本指導

テーマ：「マーケティングに基づいたパッケージデザイン開発」

1. パッケージデザインの意義
2. 最近のトレンドと評価
3. 製品差別化のポイント
4. 地場産業における問題点と対応策
5. グッドデザイン製品をスライドで紹介し寸評

#### ②開発指導

「パッケージデザインの改善指導」  
はじめに、製造、販売者から製品の開発経緯、及び製品概要(特徴、販売先、製品構成)、課題等について説明を受け、しおり、ラベル、包装、カタログ等についてトータル、パッケージの視点から改善指導をした。

指導対象製品は、しょう油、味噌を中心に2次加工品約30点で、対象企業が10社であった。

## マーケティングに基づいたパッケージデザイン開発

### ●指導日・場所

昭和63年10月6日、7日  
山形県工業技術センター 研修室

### ●専門指導員

八尾武郎 (株)YAOデザイン研究所  
代表取締役

### ●指導対象業種・品目

食料品製造業(味噌、醤油)

### ●指導対象組合・企業

山形県醤油味噌工業協同組合

### ●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、しょう油業界は、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。  
企業は県内全域に散在し、大手2社と1団体除



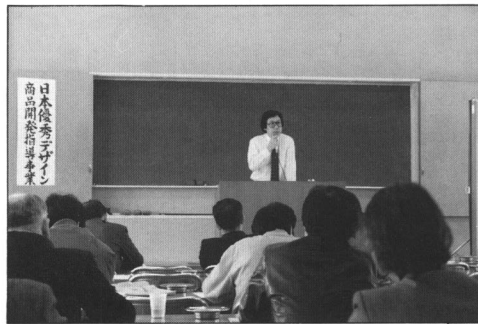


●茨城県工業技術センター工芸意匠部

〒331-31 茨城県東茨城郡茨城町長岡字矢頭

3781-1

TEL. 0291-93-7212



の企画発想に偏りがちである。ニーズの多様化に対応するためには、コンセプトやチャネルを想定したモノづくり力（企画力）の向上が必要である。

今後注目すべきアイテムは「どんぶり」と「大皿」であること。「気ままな使いこなし」にどれだけ提案性が盛り込めるか。

3. 石材製品T社

インテリアアイテムとして有望、オーダー対応のプレゼンテーション戦略を指導。

4. 木製家具A社

3LDK中心のターゲットで機能とデザイン重視の方向性を指導。

今後の展開

地場産業、中小零細企業の商品開発で隘路となるものは、消費者に基点を置いた発想、チャネルに基点を置いた発想の欠如であろう。その打開の方向として、川上から川下まで含んだ開発グループの育成を図りつつ、情報分析力やデザイン力など、企業の企画力に係わる部分での指導強化を図りたい。

## 生活志向と地場産業の商品開発戦略

●指導日・場所

平成元年3月8日、9日

●専門指導員

石井甫 (株)西武百貨店 取締役商品業務部長

●指導対象業種・品目

地場産業全般、木製家具、繊維製品、陶器、石材、和紙、竹製品、蒔絵等

●指導対象組合・企業

いばらきクラフト協議会

●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

実施概要

①基本指導

テーマ「生活志向と地場産業の商品開発戦略」  
現代マーケットを取り巻く環境は、生活者の質的变化、つまりニーズの多様化に伴い流通市場秩序の崩壊と再構築をもたらしている。ヒット商品事例からマーケットの特徴をとらえ、さらに西武百貨店の代表的商品開発事例としての「無印良品」「ジャパングリエイティブ」「ふるさとや」を通し、生活文化の担い手としての戦略視点を明らかにした。これからの商品開発の視座は、感性と理性が複合された新しいモノサシ作りであり、「助け手発想」と「必欲型発想」がキーワードになる。

②開発指導

企業4社（木製家具2社、石材製品1社、陶製品1社）を個別に巡回し、指導を実施した。指導員として西武百貨店筑波店の店長、販売部長他2名にも参加願った。

指導内容は、各社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。また製品開発の考え方、取引先毎の開発の進め方など、今日的なマーケティングに係る問題点等についても指導を行った。

1. 木製家具N社

商品性、市場性の高さを指摘され、今後の展開策として、トータル化を提案される。

2. 陶製品K社

現状

茨城の生活用品に係わる地場産業は、結城紬、石下紬、笠間焼（陶器）、木製家具などを主とし、地域環境の中で育まれてきている。個々の出荷額は、概ね40億円、21億円、7.2億円、338億円である。

今日の市場に対応した、企業力向上課題は、企画力の強化とデザインの高度化、さらにマーケティングのトータル対応にある。

問題点

伝統を有する地場産業は、従来のテリトリーで



●栃木県商工労働部経営指導課  
〒320 栃木県宇都宮市埴田1-1-20  
TEL. 0286-23-3178



## マーケティングにおける パッケージデザイン

- 指導日・場所  
平成元年3月2日、3日  
栃木県産業会館中会議室
- 専門指導員  
三澤國家 (株)三澤事務所 代表取締役
- 指導対象業種・品目  
パッケージデザイン (地場産品・特産品)
- 指導対象組合・企業  
(財)とちぎ県産品振興協会
- 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

本県の地場産品、特産品の普及宣伝、販路拡張を図る上で、商品の付加価値を高め、他と差別化・個性化を進めるためには、パッケージ・包装等のデザインの工夫が大変重要な要素であり、この傾向は今後ますます高まるものと思われる。

### 問題点

過去数年間の当該事業によって業界内に魅力ある商品開発の一環としてパッケージ等デザイン開発の重要性が認識されるようになってきたが、まだ十分とは言えず、今後とも継続した指導が望まれる。

### 実施概要

#### ①基本指導

テーマ：「マーケティングにおけるパッケージデザイン」

マーケティングの中でパッケージデザインの占める位置について具体例を示しながら説明。

1. パッケージはマーケティングの一部をもつものである。過大評価も過少評価もいけない。
2. 「よいデザイン」ではなく「売れるデザイン」でなければならない。

3. 商品コンセプトを作るには次のような論理構成が必要である。

いつ・どこで・どんなものを・どれだけ・いくらで・だれに・だれが・どんなふうに、これらをしっかりとっておけば失敗した場合にも原因がつきとめられる。

4. デザインを開発、商品化するまでの手法について。

#### ②開発指導

参加者が現在使用中あるいは開発中のパッケージについて個別に指導アドバイスを受けた。

### 今後の展開

商品開発を行う上でデザインの占める位置の重要性を認識し、魅力ある商品開発が図れるよう今後ともこのような講習会を実施し、より具体的な展開手法の指導を行っていききたい。





●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 藍染めによるアパレル商品の開発

### ●指導日・場所

昭和63年10月3日、11月13日  
深谷市深谷洋装センター

### ●専門指導員

金沢和美 熊谷文化服装専門学校講師  
中田弘 (株)ガードナー 商品企画室室長

### ●指導対象業種・品目

縫製業・婦人服

### ●指導対象組合・企業

深谷洋装協同組合、深谷アパレル研究会(縫製業9社)、グループ藍(藍染め研究会)

### ●現地指導員

町田芳明 埼玉県工業技術研究所 主任  
中島規之 埼玉県繊維工業試験場 技師

### 現状

深谷市は、繊維業の盛んな埼玉県北部のほぼ中央に位置し、周辺地域の産業と深くかかわりながら発展してきた。

高度経済成長の時代、深谷周辺の産地では近代工業への転換を余儀なくされ、作業服などの量産体制が整えられた。

そして現代、多品種少量生産体制による製品の高付加価値化が求められ、深谷産地の婦人服製造業が注目されている。

### 問題点

深谷市の婦人服製造業は、首都圏の商社(問屋)からの指示通りに製品を作ることが圧倒的に多く、オリジナル製品の開発など自発的に提案を行う機会に恵まれない。

### 実施概要

#### ①基本指導

テーマ:「藍染めによるアパレル商品の開発」  
深谷産地企業の商品企画能力の向上を図るため、製品計画の仕方(手法)に関する指導を行った。テーマは、地域の独自性を主張するため深谷の伝統産業である『藍染め』に着目し、この生地を使ったカジュアルウェアを試作することとした。その他、参加者がそれぞれ自社の特徴に合ったテーマを選び、個別の試作研究を行うこととした。

#### ②開発指導

基本指導により参加者が作成した製品計画案に対し、下記の項目について検討しながら指導を行った。

1. 製品ポリシーの設定の仕方
2. マーケット(百貨店、ビックストア、専門店)の特質と、ターゲット(ライフスタイル、年齢層)のとらえ方。
3. ファッショントレンドの確認のしかた。
4. 製品ラインとアイテムの決定のしかた。

以上の製品計画が確定した後、それぞれの試作デザイン(アパレル・デザイン)について個別

に指導を行った。

その結果、約30点の試作品(婦人服)が完成され、深谷アパレル研究会の主催により昭和63年11月27日深谷市文化会館において開催された。『88 FAK FASHION SHOW』に、関係各社の新製品と共に出品した。

### 今後の展開

今回の開発製品をファッションショーに出品したところ好評が得られ、産地の商品開発力に対する評価が高まった。

現在のところ、商品企画のための情報源は取引業者に頼っていることが多いが、今後は独自の情報網を開発整備し地域のアイデンティティに結び付けたい。





## 2 リビングファブリックスの 開発

### ●指導日・場所

昭和63年11月11日、29日

(財)秩父地場産業振興センター  
埼玉県繊維工業試験場 秩父支場

### ●専門指導員

皆川節夫 東レ(株) マーケティング企画部  
商品企画担当

永田雅暉 西田(株)第二営業部原糸課課長

### ●指導対象業種・品目

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)、(有)山中織物工場、茂木  
織物奈倉工場

### ●現場指導員

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

埼玉県秩父地方は、昭和20年頃まで絹織物の生産地として全国でも主要な地位にあった。しかし戦後、日本の生活様式の洋風化が進み洋装化が定着し、紗父銘仙などの絹織物の需要は低迷したため、現在ではほとんどの織物業者が寝装品やインテリアファブリックなどに生産を切り換えている。

### 問題点

現在、秩父産地の織物業はインテリア向けの生地が生産が主流であるが品目が少なく、また流通ルートが限られているといった問題がある。

### 実施概要

#### ①基本指導

テーマ：「リビングファブリックスの開発」

これまでレピア研究会の各社が行ってきた商品の構成を再点検し、商品の企画意図とデザインについてアドバイスした。

レピア研究会では年一回定期的に展示会を行っているため、それを目標としたテーマ（5スタイル）を設定し、イメージのコーディネートに関する指導を行った。

#### ②開発指導

基本指導の結果、各企業によって開発（または企画調整）された試作品を集め、講習会を行った。試作品を基本指導のとき設定した5つのテーマに沿って分類し、それぞれのテーマのデザイン・コンセプトを再確認した。

また、試作品のデザイン（色・柄・素材）がそれぞれのテーマにふさわしいかどうかを判定し、改善の余地のある作品は再調整を行うこととした。

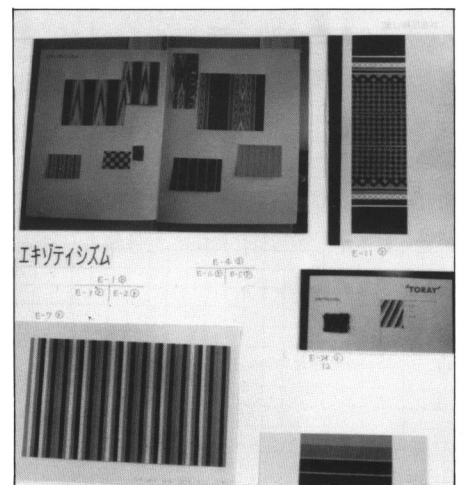
テーマは、1. センシティブ・モダン、2. ジャパン、3. クラシカル・エレガンス、4. エキゾティシズム、5. ポップ、の5種。

製品見本が多数完成されてきたため、商品アンケートメントについて、実践的に指導を行うことができた。

なお本事業終了後、約100点のファブリックスが完成され12月15日・16日両日、東京日本橋の東レ(株)プレゼンテーションルームにて展示会を開催した。

### 今後の展開

④事業を実施した結果、参加事業の商品構成が充実し、デザインの振興に十分な効果が窺われた。今後は、今回参加のできなかった企業にも商品企画のノウハウや開発手法などを指導し、その効果を産地全体に広げ、産地商品の付加価値の向上と共に、流通販路の拡張に努めたい。





●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 トrendとデザイン開発

●指導日・場所

平成元年3月9日、10日

滋賀県立信楽窯業試験場

●専門指導員

剣持和之 (株)西武百貨店有楽町店

インテリア営業部

スタジオカーサ建築係長

●指導対象業種・品目

陶器製造業 (建築・インテリア用品)

●指導対象組合・企業

信楽陶器工業協同組合

(協)城山陶器、(株)丸九製陶所、(株)大塚オー

ミ陶業(株)、(株)信陶社

●現地指導員

福村哲 滋賀県立信楽窯業試験場 指導係主査

### 現状

門需拡大基調に伴う景気上昇により、各種建築関連業種の好調から全般に他業種も引っぱられている。ただ、消費税導入により、売り上げにどの程度の影響が出るか懸念されているが、ほぼ安定した状況で推移しそうである。

### 問題点

商社ルートからの製品対応能力では相当なものが見られるが、新市場に対応した独創力、クリエイティブする力に乏しい。

### 実施概要

#### ①基本指導

テーマ：「トrendとデザイン開発」

1. 一過性の商品開発は駄目で、ロングラン商品が必要。
2. 常に、市場流通の新チャンネルに乗せることが重要である。
3. 百貨店ではもう、単独売場はいらなく、生活シーンを演出するトータルな売場が求められてきている。(一対極…高級化、専門化)
4. 同時に単なる陳列でなく生活提案型の情報発信基地となっている。
5. 若者を主としたこだわり感覚、高級志向のトrendを重視すべき。
6. 器だけが土の可能性でなく、異素材とのミックス等、方法はいくらかもある。
7. 中間問屋も含め、新しい流通形態に合った体質への脱皮が必要。

#### ②開発指導

##### 1. (協)城山陶器

自動成形による量産ラインの中に、伝統的な手法の手仕事が見られるが、うまくやらないと中途半端になる恐れがある。又、これくらいの体制ともなると、企業内開発スタッフの育成も重要となる。

##### 2. (株)丸九製陶所

今の時代感覚に合った花瓶を多く開発されていて意外であった。傘立の方にも同様の感覚、手法を盛り込んでみると良い。

##### 3. (株)大塚オーミ陶業

これだけの技術と芸術性の高い製品なら問題はない。受注主体の扱いだが、もっと一般的な製

品があっても良い。

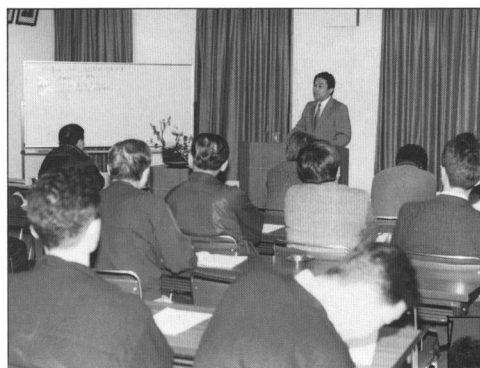
##### 4. (株)信陶社

新しい技術にチャレンジし、確実に自社のノウハウにして行く必要がある。それが企業イメージ、ブランドの高揚につながる。

### 今後の展開

大市場でのPRがまだまだ不足しているようで、一部商社ルートの流通が主体で方法によってはこれからかなりの販路開拓も可能かと思われる。良いもの、そうでないものと一緒にあって現在の産地像が出来ている。今後選別されたメーカーがイメージリーダーとなるか、又、全体のレベル向上を企てていくか、いずれにしても新しい流通チャンネルにどう乗るか、又、どうしたら企業ブランドの浸透が企まれるかが問題となる。





●和歌山県商工労働部産地振興課  
〒640 和歌山県和歌山市小松原通1-1  
TEL. 0734-32-4111

## 漆器のデザイン開発

### ●指導日・場所

平成元年3月23日、24日

紀州漆器伝統産業会館

### ●専門指導員

竹山達之 (株)大丸百貨店事業本部デザインオフィス 技術課長

### ●指導対象業種・品目

漆器製品

### ●指導対象組合・企業

和歌山県漆器商工業協同組合

### ●現地指導員

木山寛治 和歌山県漆器試験場 研究員

### 現状

室町時代、紀州木地師によって渋地椀が作られたのが始まりといわれ、これに加えて根来寺に始まった「根来塗」も紀州漆器の起源の一つといえる。徳川中期には、藩の保護のもとに相当盛大となり、安政時代に入って蒔絵による加飾がなされ長崎や神戸の外商に直売されるようになった。明治12年他県産の沈金彫の技術導入、明治31年には京都から蒔絵師を招へいしての蒔絵改良をするなど、大産地への地歩を固めていった。しかし、昭和28年ごろ山中、会津の両産地でプラスチック素地による製品が作られるようになり、海南へも山中の漆器、会津の椀が進出してきたため紀州漆器産地へも大きな影響を与えた。海南産地では、昭和35年ごろから成型業者が相次いで操業を開始し、昭和40年代前半にはプラスチック製漆器の量産体制が確立されるに至り、木製漆器は5~7%になっている。

なお、木製漆器は紀州漆器として昭和53年2月、伝統的工艺品産業の指定を受けている。

### 問題点

現在、海南市の漆器産業においては、量産量販型産業から消費者ニーズの個性化、多様化、高級化に対応した多品種少量生産型産業への転換を迫られております。多品種少量型生産に対応するためには、今後商品デザインの需要が級数的に増加していくものと予想され、デザイン開発力の強化が課題となっている。

5. 漆器のDCブランド商品は、ブランドだけではなく、漆器としてのこなし方が必要。

6. シルクスクリーンの加飾は、蒔絵の再現ではなく印刷として捕らえていく方が良いのではないかと。

### 今後の展開

旧来の漆器イメージに捕らわれることなく、異業種交流等により新しい感覚でのデザイン開発、また、インテリア部門等新分野への研究が必要と考える。

### 実施概要

#### ①基本指導

テーマ：「漆器のデザイン開発」

スライドをまじえ最近のデザインの流れ、今後のデザイン開発の方向性等についてご指導いただいた。特に最近のジャパネスク（現在和調）の流れについて、スライドにより紹介いただき、漆器デザイン開発の着眼点として、和のモダン化・和のエレガンス等についての講演があった。

#### ②開発指導

企業がデザイン開発した商品の評価していただき、今後のデザイン開発の方向性について指導を受けた。

1. 小物類の金具等は、異業種交流等により面白いものができるのではないかと。
2. 石模様塗は、漆器のイメージにこだわらなくてもいい。
3. 素材感が重要である。
4. 店舗用什器も今後面白い可能性がある。

## 2 パイル・インテリア用品 のデザイン開発

### ●指導日・場所

平成元年3月28日、29日

紀州織物センター

### ●専門指導員

山岸 稔史 テキスタイル・アート・スタジオ  
代表

### ●指導対象業種・品目

パイル製品、マット・カーペット類

### ●指導対象組合・企業

紀州繊維工業協同組合、他

### ●現地指導員

北口 功 和歌山県工業技術センター 研究員

### 現状

当県におけるパイル織物・シールメリヤスは、伊都郡高野口町を中心に生産されている。当産地の織物業の歴史は古く、徳川時代、紀の川沿岸の綿の耕作により農家の副業的形態の織物業から専業へと進歩発展し、明治34年の鉄道開通を境として飛躍的な発展を見せた。その後和歌山市を中心とする綿ネル生産に追随しえず、明治40年を境として再織に転換し始めた。再織は、チェコスロバキア以外に類のない織物で首巻・エプロン・テーブルクロス等として、中国、インド、東南アジア等を主販路としたのであるが手工業的技術に頼り機械化の考えられないものであるため再織は衰退し、これにかわるより斬新な織物として、シール織の研究が進められた。シール織は現在のパイル織物の起因をなし、一般消費者の好評を得、現在に至っている。

### 問題点

昭和63年9月の生産量は前年同月を17%下回り内需は全般的に低調、輸出も依然低迷を続け、このままでは、今後期待が持てない状況である。こうしたなか業界では、産地の活性化を図るため組合が中心となって「再織(さいおり)」など新製品の開発を実施している。

再織は、シェニール織ともよばれ、もともとチェコスロバキアで生産された織物で、いったん織上げた布を経糸四本置きに縦向きに切断し、撚りをかけて「モール状」の糸とし、これを再度緯糸として生織するところから再織とよばれる。

再織は、一度は衰退したが天然素材を使った手

作りの味を好む消費者ニーズにマッチした商品であり、その商品価値が見直され、現在、再織製法の近代化を目指し、その商品開発に取り組まれている。

### 実施概要

#### ①基本指導

テーマ：「パイル・インテリア用品のデザイン開発」

講師が今までに製作した作品と最近のインテリアの現状。傾向及び今後の動向を国内外、特にヨーロッパを中心としたものについてスライド説明され、下記事項について指導された。

新商品開発のためには、発注元の要望に応じるだけの受け身の経営を行ってはいない現状のレベル以上のものはできない。企業が独自に消費者ニーズを調査(把握)し、それに応じた特色のある商品を開発する必要がある。

今までに製造した製品の色、形式等を整理して、カタログを作成し、企業の方から発注元に積極的に売り込む。また、商品だけの売り込みではなくインテリアの一部として全体の調和という面についても充分考慮する必要がある。

発想の転換という観点から異業種の業界と積極的に交流し、当業界の他の分野への可能性を探る必要がある。

#### ②開発指導

現在の流通経路に問題があるのではないかと、現在のような生地造りと見本造りだけに追われてはならない。異業種との交流を大切に、発想の転換を行い、かつ自社の製品を見直し整理する必要がある。これからは、単品の製作よければならない。また他社では真似のできないような特殊な物、つまり自社ブランドの確立に努めるべきである等の指導を受けた。

#### 今後の展開

産地ブランドの確立を目指し、デザイン開発力の強化・体制づくりが必要である。

## 3 生活用品のデザイン

### ●指導日・場所

平成元年3月28日、29日

### ●専門指導員

永山元明 (株)絃デザイン研究所 代表取締役

### ●指導対象業種・品目

日用家庭用品・和雑貨(タワシ、ブラシ等)

### ●指導対象組合・企業

和歌山県棕櫚和雑貨類組合連合会、他

### ●現地指導員

土井 音次 和歌山県漆器試験場 総括研究員

### 現状

和雑貨業界は、海南市、野上町、美里町において棕櫚樹皮を原料として発展してきた。漁業用、建築用、園芸用の縄が始まりで、全国の船具店などへ販売された。そのため中国からも輸入、大正時代中期にはパームを染めて棕櫚に似せるなどの努力も払われてきた。その他タワシ・ブラシ・マットなどの製品が作り出されたが、戦後の混乱期には様々なものを材料として製品化し、そのバイタリティが今日の業界発展をもたらしている。昭和30年代に入りビニール等化学製品に転換、折からのスーパーなど量販店の台頭により急速に発展した。なお、主要品目の変化は著しく、業界の話では電気を使わない家庭用品はすべて対象だと称している。

### 問題点

和雑貨業界は、戦後原料がナイロン・発泡ウレタン等、化学素材に移行するとともに製品内容が大きく変遷してきた。特に50年代にはいつからか消費者の個性化の強まりとともに多様な色彩、デザインの製品が次々に開発され、多品種少量の傾向が著しく表面化してきた。生活日用雑貨品は、一つ一つ取り上げれば、それほど大きな市場規模ではない。そのため企業を伸ばしていくには品種を増やしていかざるを得ない。また、必需品の感覚ではなく斬新なデザイン、色彩、付加価値等を重視し、豊富な品揃えが必要である。したがって、産地メーカーにおいては多品種型企業へと進まざるを得ない。

### 実施概要

#### ①基本指導

テーマ：「生活用品のデザイン」

日用家庭用品製造メーカーのデザイン開発担当

者が受講者の中心であったので、デザイン開発をする人間の姿勢・デザインというものの考え方・また企業におけるデザイナーの位置付け等デザインと人間を含め指導していただいた。

また、白い用紙に色紙を使って地元産地である海南市のイメージをデザインするという、実技的な指導を行っていただいた。

## ②開発指導

日用家庭用品関係では、色彩・形等はすでにある意味において完成されている面もあるが、最近の消費者ニーズ等から判断すると、今は全ての商品に共通することであるが、遊び心を持った製品が好まれる傾向にある。特にバス用品であれば、形の三原則の円形・三角・四角それぞれを組み合わせたスポンジの研究開発、加えて画一化されている日本のバスではライフサイクルの一つとして何か変化を求められている。

また、和歌山県では多種の産業が一つの地域で根づいているので、これら異分野の特性を取り入れて新しいホットな商品開発のヒントとして欲しい。例えば、同じ海南市には漆器という素晴らしい伝統を持った産業があるから漆の持つ柔らかさ等を用いて何か他には類を見ない商品開発に努力して欲しい。

全体の印象として、デザイン面に関しての業界の理解度がもう少し深まれば、より良い商品ができる可能性を秘めている。

## 今後の展開

この業界の商品は、日常必需品のためあまりデザイン面・機能面等よりややもすれば価格のみで販売していたが、これからは生活空間にマッチし、かつ、デザイン、機能性及び耐久性を持つ商品作りに重点を傾注する必要がある。

## 4 家具・トータルインテリアのデザイン開発

### ●指導日・場所

平成元年3月30日、31日

### ●専門指導員

杉田浩一 (株)高島屋百貨店事業本部  
ファッションオフィス  
インテリア担当 次長

### ●指導対象業種・品目

家具製品

### ●指導対象組合・企業

和歌山県家具工業協同組合、他

### ●現地指導員

北口功 和歌山県工業試験場 研究員

## 現状

大正の初め、和歌山市役所、商工会議所が洋風建築として建てられ、その調度品も洋風化されたのを模倣し技術を習得したのが、当県の家具産業の始まりと言われている。戦前は、一部中流以上の家庭が対象であったが、戦後は、学校など公共施設での設備充実による需要増もあり、製品も別注家具の需要により機能的なものがつくられた。昭和40年ごろメラミン化粧板等の出現により工法が改良され高級化を狙うとともに、一方では、製造とインテリアの結合によるトータルインテリア部門へ参入するなど、本格的な家具産業へと進みオイルショック後は個性的なものも造られるようになった。最近若い世代に人気のあるユニークなカジュアルファニチャーを中心に注文家具及び住宅資材(ドア)の生産を行なっている。

## 問題点

家具産業は、現在、消費者ニーズの個性化、多様化、高級化志向又生活環境や生活様式の変化に適切に対応し、住生活の質の向上や心理的な満足感を与える家具づくりをすることが必要となっており、デザイン開発力の機能強化は必須課題となっている。

## 実施概要

### ①基本指導

テーマ：「家具、トータルインテリアのデザイン開発」

講師は、最近のトータルインテリアの現状をスライド説明されながら下記項目について、講演されました。

1. 最近、ハウジングメーカーが住スペースの充実を主張してきています。この事を家具メーカーも充分考慮しながら対応していく必要がある。
2. 今後、リゾート開発が活発化するであろうから、これに伴う商品作りを考慮する必要がある。
3. 石の文化(外国)と木の文化(日本)の違いを確認する必要がある。(外国でマッチしても日本では合わない事がある。)
4. トータルという考え方を変えるべき時代になってきているのではないだろうか。即ち、色、形でのトータルという考え方の時代は終わり、生活の場でのトータルという考え方をすべき時代になってきているように思われる。

### ②開発指導

生産者側からの意向(従来の形態、材料等)で製作し、販売するのではなく、消費者のニーズを取り入れ、かつ、今後の予測までたてながら製品を製造していく必要がある。また、ターゲットについても、若年、熟年等と絞ってみても良いのではないかと思われる。

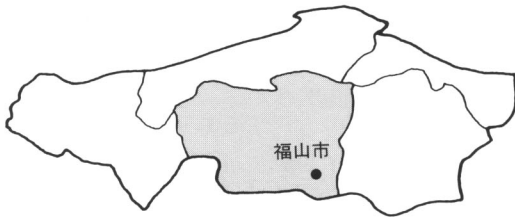
家具の中でも、伝統的工芸品として位置付けられている桐箆箆業界については、素材、即ち桐の特性を活かして、書類入れや毛皮の収納等、箆箆以外の製作も考えていく必要があるのではないかと思われる。

### 今後の展開

今までは、家具だけを展示して売っていただいていたが、今後は生活の場(インテリア)の中での家具を見せていくべきである。また、消費者の家具に対する見方が変化している現在では、自分野のみにとらわれず他の分野を見ながら商品作りを行う必要がある。







●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

## I インダストリアルデザインの世界

### ●指導日・場所

平成元年3月17日

福山市

### ●専門指導員

豊口協 東京造形大学学長

前田又三郎 (株)デザイン総研広島

代表取締役社長

### ●指導対象業種・品目

一般機械器具製造業、その他製造業全般

### ●指導対象組合・企業

広島県東部機械金属工業(協)、

福山地方産業デザイン振興協会、ほか

### ●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

県東部地域は、家具木製品、繊維製品、機械器具、化学・ゴム製品など、各種の製造業がバランスよく、立地しており、それぞれ自社独自製品の保有率が比較的高いことが特色としてあげられる。

いずれの業種も、今後の発展は、デザインの高度化を抜きにしては考えられない。そのためには、経営者のデザインマネジメントへの理解と、それを具現化するための経営システムのデザインが重要である。



### 実施概要

#### ①基本指導 (豊口協) 講演

テーマ：「インダストリアルデザインの世界」

1. インダストリアルデザインとは何か。
2. 企業経営とデザイン。
3. デザインへの取り組みから見た、アジア NIESと地方中小企業。
4. '89デザイン・イヤー。

その他戦後のインダストリアルデザインの発展過程から、現在の国際的な流れまで、総括的なお話をいただいた。

#### ②基本指導 (前田又三郎) 事例研究

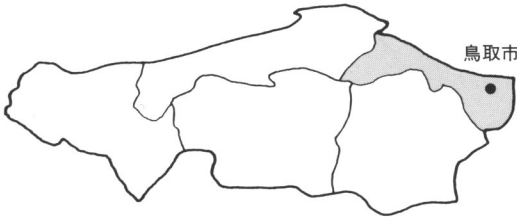
テーマ：「インダストリアルデザインの方法…自動車デザインの事例」

自動車という典型的なインダストリアルデザインの事例について、商品企画から完成車まで、一連のデザインプロセスを、その背景から実際までスライドを用いて段階的に分かり易く解説していただいた。

### 今後の展開

中小企業において、デザイン開発活動が営業や製造と同じく日常業務として認識された時にはじめて、経営資源としてのデザインへの理解が拓けてくると考える。

経営としてのデザインの日常化を啓発する新しい手法を研究しなければならない。



●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

### 実施概要

#### ①基本指導

テーマ：「地場産業におけるデザイン開発の視点について」

商品開発におけるデザインの重要性に力点を置き、国内外の開発状況について、具体的事例をスライドで紹介しながら講演

1. アジアNIESと地場産業のかかわりについて
2. 今日的商品開発の進め方について
3. デザイナー利用の有益性とそのかかわり方について

#### ②開発指導

各社が製品を持ち寄り、デザインの改良点、流通対策などについて個別指導を受けるとともに指導に関連した諸課題について参加者とディスカッションを行った。

1. 砂を利用した玩具の開発視点
2. 陶器（花器、茶碗）のデザインアドバイス
3. 地場ワインのパッケージデザイン等

#### 今後の展開

地方産業の振興を図る上で、デザイン開発は欠くことのできない要素である。

デザイン振興について業界、行政が一体となって取り組んでいくことが肝要でありその方法論について早急に構築する必要がある。

## 1 地場産業におけるデザイン開発の視点について

### ●指導日・場所

平成元年3月16日、17日  
鳥取県立社会教育センター

### ●専門指導員

羽生道雄 モノプロ工芸(株)／モノプロデザイナーズ 代表取締役

### ●指導対象業種・品目

和紙製品、陶器、木・竹製品等クラフト産業

### ●指導対象組合・企業

(社)鳥取県物産協会、鳥取県陶芸会、鳥取クラフト、米子工芸会、鳥取県デザイナー協会

### ●現地指導員

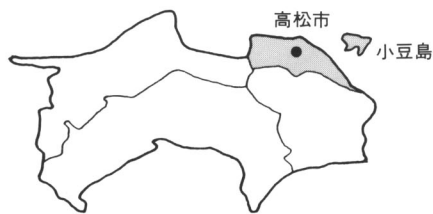
藤本章 鳥取工業試験場 技術情報科長  
田上重雄 鳥取県工業試験場 研究員

### 現状

本県の豊かな自然を背景に、陶器、和紙製品、木、竹製品、緋製品等各種のクラフト製品が生産されており、地場産業として定着しているが経営基盤が脆弱であり、商品開発力、流通対策等多くの課題を抱えている。

### 問題点

- 1 マーケティング情報収集力の不足
- 2 デザイン開発力・商品開発力の不足
- 3 経営資源としてのデザインの過少評価



●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 新商品とパッケージデザイン

●指導日・場所

昭和63年12月20日、21日

小豆島産業会館、会議室（小豆郡内海町）

●専門指導員

永山元明（株）絃デザイン研究所 代表取締役

●指導対象業種・品目

醤油、佃煮

●指導対象組合・企業

小豆島調理食品工業（協）

小豆島醤油（協）、香川県醤油工業（協）

●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嘱託

### 現状

文禄年間（1592年～1594年）紀州から伝わったとされる本県の醤油製造業は、本県の温暖な気候、風土が大豆の醸造に適していたことに加え、瀬戸内の海運の便にも支えられ飛躍的に発展し現在では、全国3大産地の1つに数えられる。また、戦後醤油の二次加工品として始まった佃煮製造業も昆布佃煮が全国一のシェアを誇るなど全国屈指の佃煮産地として、小豆島内海町を中心に産地形成している。

### 問題点

- 1 食生活の洋風化
- 2 健康食品ブームに伴う減塩傾向
- 3 消費者ニーズの多様化、個性化
- 4 産地大手メーカーのブランド攻勢
- 5 バイオ技術の開発導入

### 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と高級品し好—大衆社会の終えん
2. 新商品の開発と市場調査—パッケージに主張を（基本はSimple is Best）—スーパーとコンビニの客層と購売動機の調査
3. 経営者と企画担当者とのコミュニケーション—社風の改善と連帯感の醸成—経営者のデザインマインドの高揚
4. 長期ビジョンの作成—マーケティング戦略の必要性—CI導入によるイメージアップと仕気の高揚

②開発指導

個別企業巡回指導5社

（株）カネダイ、広瀬醤油（株）、島の香（株）、（株）高橋商店、丸島醤油（株）

既存製品に対する評価、改善指導

### 今後の展開

県内地場企業のデザインマインドの高揚や地場産品の高付加価値化と新商品の開発に資するべく、希望業界を対象に今後も継続的に実施していく。

## 2 デザインと地場産業

●指導日・場所

平成元年2月9日、10日

さぬき荘会議室（高松市番町）

●専門指導員

林寅正 名古屋造形芸術短期大学教授

●指導対象業種・品目

煉瓦・タイル

●指導対象組合・企業

四国赤煉瓦（協）

●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嘱託

### 現状

本県では、きめ細かな良質の粘土が多量に産出することから西讃地方を中心に、古くから建設用、土木工事用の煉瓦造りが盛んに行なわれており、最近では高層建築の外壁用に利用される「レンガタイル」や外部断熱建材として注目されている「多孔レンガブロック」などの新製品も研究開発されている。

### 問題点

- 1 1ヶ当りの単価引き下げ競争の激化
- 2 全自動生産ラインの導入や省力化
- 3 商品開発力の強化と高度技術者の育成

### 実施概要

①基本指導

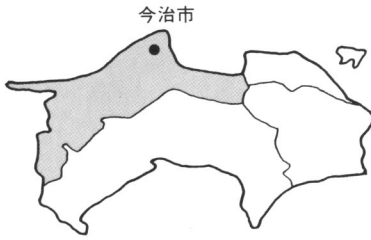
テーマ「デザインと地場産業」

1. 西洋と東洋の建築文化の相異—面（壁）の文化と屋根（柱）の文化—煉瓦建造物の浅い伝統性
2. 日本の風土に合った商品規格の研究—耐震性の克服—鉄筋補強煉瓦ブロックの研究
3. 快適な生活空間の創造—耐寒性、遮音性の確保—外観上の工夫（二重壁構造とカラータイルの利用）

### 今後の展開

県内地場企業のデザインマインドの高揚や地場産品の高付加価値化と新商品の開発に資するべく、希望業界を対象に、今後も継続的に実施していく。





●(財)今治地域地場産業振興センター  
〒764 愛媛県今治市旭町2-3-5  
TEL. 0898-32-3337

## 1 伝統産業確立人の 動向

- 指導日・場所  
平成元年3月27日、28日  
(財)今治地域地場産業振興センター
- 専門指導員  
林 大功 日図デザイン博物館 館長
- 指導対象業種・品目  
タオルデザイン
- 指導対象組合・企業  
愛媛絞匠デザイン協同組合
- 現地指導員  
諏訪方一 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
- 中堅技術者・後継者難

### 実施概要

#### ①基本指導

テーマ：「伝統産業確立への動向」

林先生のデザインの道に歩いて来た49年間のデザインを勉強し、デザインをいかにとらえ理解したか、デザインの重要性が今後社会産業、企業の上に、未来文化形態への主役的役割りと人類社会発展繁栄の上に一大要素として必要であると結論づけるにいたった重要な問題を取り上げて述べられた。

一面常にデザイン界に直面した社会情勢の変化、大象ニーズの移行、国際的視野に立つ視覚をもたねばならぬ等々、いかにこれらの問題点に対応し対処するかについて講議された。

#### ②開発指導

10名の地場企業内のデザイナー及びフリーデザイナーを集め林先生を囲んでデザインか品質の差別化による需要開拓か高級品志向のこれからの課題についてディスカッションを行った。

### 今後の展開

- ①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。
  - ②異業種交流による高次生産機能。
  - ③業界間の連携強化。
- これらの点を実現していくため業界の強力体制とネットワーク化の強化を推進していきたい。

## 2 クラフトデザインの役割 について

- 指導日・場所  
元成元年3月30日、31日  
(財)今治地域地場産業振興センター
- 専門指導員  
荻野克彦 (有)荻野克彦デザイン事務所  
代表取締役
- 指導対象業種・品目  
漆器製品
- 指導対象組合・企業  
桜井漆器協同組合
- 現地指導員  
松木正人 桜井漆器協同組合 理事長

### 現状

漆器製造販売は壊退し、現在10人の組合員を有するのみとなり、生産販売は減少している。事業の形態は、製造業者であり生産地問屋である。8社中、自社製品のみを扱うところはなく、自社製品と仕入製品の双方を販売している業者が6社(75%)と大部分であるが、他の2社は仕入のみである。

### 問題点

現在、流通体制に合致しなくなり、体制はかわり、地域の産業としての力もなくなっているのが現状で、組合員は10名に減少し、技術者も22名となり、しかもそのうち19名が70歳以上の高齢者である。

### 実施概要

#### ①基本指導

テーマ：「クラフトデザインの役割について」  
ユーザとメーカーとの間に横たわる溝をデザインで埋める作業で「何が売れるか」を考えるのではなく「何が暮らしに必要なのか」が産地の持っている潜在能力を広く果たさなければ地場産業の活性化にならないと講議された。

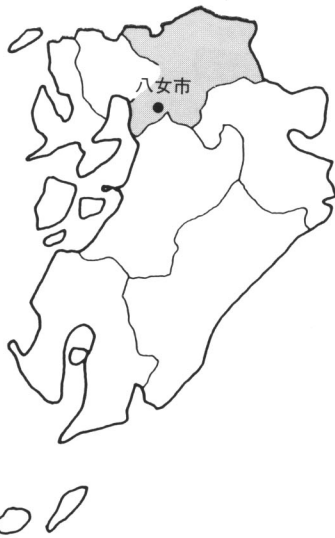
#### ②開発指導

需要ニーズの動向それに対する対応と分野についての指導。

既存の製品に対する新しい分野についての指導。製品企画とクラフトデザイン動向の正確な把握についての講演及びスライド映写をまじえての指導。

### 今後の展開

- ①生産機構の調査研究並びに桜井漆器を周知紹介し、桜井漆器の販路開拓を図る
- ②新製品のデザイン開発新技術等専門家を招き経営能力の向上を図る
- ③情報収集活動を図る



●(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15-8-5  
TEL. 0942-44-3700

## 1 インテリアとしての八女提灯

### ●指導日・場所

平成元年3月30日、31日

(財)久留米地域地場産業振興センター

### ●専門指導員

那賀 清彦 那賀製品開発研究室 代表

### ●指導対象業種・品目

提灯製造業

### ●指導対象組合・企業

八女提灯協同組合

### ●現地指導員

古賀瑞敏 (財)久留米地域地場産業振興センタ

一技術開発部長

### 現状

地場産久留米地域では、ゴム製品、家具を中心に地場産品として久留米緋、らんたい漆器、菓子、花壇、仏壇、和紙、提灯、酒類、茶等多くの種類がある。又これらは古い歴史を有し伝統的地場産業の宝庫の名を博している。

### 問題点

国民生活の変化のなか、需要、価格、原材料など多くの課題を抱えており、伝統的地場産業の活力をとりもどすため現代の生活の中に生かす方途を探ることが必要。

### 実施概要

#### ①基本指導

テーマ：「インテリアとしての八女提灯」

八女提灯は盆提灯を主とし、手加工品である。手加工品は、今後NIES諸国からの輸入品におされていくであろう。対応として生活者の個性、個人志向にマッチした高附加価値製品、即ちプロダクトデザイン付加の生活系用具の開発が必要である。

#### ②開発指導

照明器具は光と影を演出するものである。特に影の演出が大切であり、照明器具は明るくするものでなく、暗くするものであるという発想が必要であろう。

提灯は、竹、紙、木、漆等異業種技術の融合品でありそれらを見直し複合化を検討し、生活用具の開発を行うこと。例えば紙は今まで出来るだけ薄く抄いたものが使用されて来たが、厚くムラのあるものを使うことにより光と影が心うつものとして表現される。

光源についてもローソク又は電池を使用したもの、又小型化、高級化への指向、他地場産品との複合等も考える。

少人数グループで取組むことが大切である。

#### 今後の展開

全国随一の盆提灯の産地でありながら個別生産者名で流通され、地域ブランドとしての名が通っていない。統一ブランドでの需要開拓組合青年部を中心にグループ別に新商品開発に取り組んでいる。高附加価値商品の開発



●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

## 地域産品の商品化の考え方

### ●指導日・場所

平成元年2月20日、21日

別府市つるみ荘

### ●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

### ●指導対象業種・品目

県産品全般 (食品・工芸品)

### ●指導対象組合・企業

県産品の製造業者、販売業者、経済団体、行政関係者

### ●現地指導員

長谷尾雅通 大分県商工労働観光部商工振興課  
主事

## 実施概要

### ①基本概要

テーマ：「地域産品の商品化の考え方」

都市生活者のライフスタイルをスライドにより分析。これにより都市生活者がどんな生活をし、何を求めているのかを認識し、地域産品の商品化のあり方を考案した。

### ②開発指導

下記の企業を対象に個別指導を実施した。

1. 山栄水産(株)ーあい鴨のくん製
2. 小川農産加工所ーキウイジャム
3. 野津原町農協ー七瀬柿
4. 辻の台大砲館ー名水ヘルシーキャンディー
5. 宇目町農協ー宇目のうたげんか漬
6. 狩生酒造場ー甘酒
7. ウメダ食品産業ーわらび野 (菓子)
8. ニッサン製菓(有)ー玉津姫 (菓子)
9. (有)羽田野商店ー牛肉味噌漬、チキンロール
10. (有)西出開花堂ー宇田姫 (菓子)
11. 松山精肉店ー豊後牛味付乾燥肉
12. 藤野食品ー無農薬ジャム
13. 院内町若妻会ーゆずかるかん

## 現状

本県では、一村一品運動を開始して10年が経過したが、その中から地域の特性を活かした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が、商品化や流通面において問題を抱えているものもあるため、これらの問題解決が今後の課題となっている。

## 今後の展開

生活者ニーズの変化に対応し、商品開発の目的を明確にすることを業界、生産者に指導していく。





●熊本県商工観光労働部商政課政策班  
〒862 熊本県商工観光労働部商政課  
TEL. 096-383-1111

## 1 地域個性を生かした食のトータルデザイン

- 指導日・場所  
昭和63年10月24日、25日
- 専門指導員  
山崎純子 フードデザイナー
- 指導対象業種・品目  
農林水産加工及び旅館業
- 指導対象組合・企業  
農林水産加工業者及び旅館業者
- 現地指導員  
永松俊雄 熊本県商工観光労働部商政課政策班  
参事  
江崎章子 熊本県商工観光労働部商政課主事

**現状**  
熊本県の北部に位置する玉名地域は、農林水産物が豊富であり、特に果実類（みかん、なし、いちご、プリンスメロン等）や水産物（のり、アサリ貝等）は、高い品質を保持している。

**問題点**  
使い手（消費者）側の視点による製品開発への取り組みが弱く、ブランドとして確立しているものがほとんどない状況にある。

**実施概要**  
①基本指導  
テーマ：「地域個性を生かした『食』のトータルデザイン」

最近の消費者がどのように変わっているかという点についての概説の後、地域にある特産物の性質や特徴をもう一度化学的な視点をあわせもって分析し、それを今の消費者ニーズを踏まえて、どう素材の良さを表現し、あるいは組み合わせさせていくかが大切である旨の話がなされた。

②開発指導  
豊かな資源に恵まれているわりには、その地域個性を生かしてきれていない面があるため、地域産品のみを使った加工及び料理の実習が行われ講師よりいくつかの新しい食に関する提案がなされた。

**今後の展開**  
基本的には、作り方の視点から第一歩を踏み出すのではなく、使い手の視点から入るよう、意識改革を強力に進めている必要がある。

## 2 ギフト商品におけるパッケージデザインについて

- 指導日・場所  
平成元年2月21日、22日  
熊本市産業文化会館
- 専門指導員  
米津久吉 米津デザイン研究室 代表
- 指導対象業種・品目  
食品パッケージ  
指導対象組合・企業  
食料品、菓子加工業者 酒、焼酎組合 工芸品、印刷業組合員
- 現地指導員  
永松俊雄 熊本県商工観光労働部商政課政策班  
参事  
江崎章子 熊本県商工観光労働部商政課主事

**現状**  
当協会は県内物産の振興開発を目的とした県産品の宣伝紹介販路拡張をはかる県下唯一の県産品異業種団体であり昭和39年に設立され現在255会員で構成されている。

**問題点**  
過去デザインの指導及び講習会を受けてきたが本協会員は中小零細業者が多く意識も低いことから当該異業種全般にわたり新製品の開発をすることにより、需要の拡大を図る必要がある。

**実施概要**  
①基本指導  
テーマ：「ギフト商品におけるパッケージデザインについて」  
米津デザイン研究室の開発を例にスライドで講義を行った。  
商品開発のコンセプトの重要性。  
又、最近のパッケージデザインの傾向等について講義を行った。

②開発指導  
個別指導（9社）下村婦人会、山鹿灯籠センター、東肥醸造、岩永製茶園、吉原食品、小松屋丸健水産、本田農園、瑞鷹酒造  
指導対象が異業種の為、的を絞った集中指導を行った。

**今後の展開**  
熊本県の製造販売業界は、中小参加業者が多く又、本協会の会員構成は異業種で構成されており業種を絞り込んだ指導を行っていききたい。



●沖縄県商工労働部観光・文化局工芸産業課  
〒900 沖縄県那覇市字壺川165  
TEL. 0988-66-2770

## 1 芭蕉布の素材を利用したデザイン開発

- 指導日・場所  
昭和63年12月21日、22日 大宜味村
- 専門指導員  
川上玲子 ヴェブ・スコーランテキスタイルズ  
タジオ主宰
- 指導対象業種・品目  
繊維製品
- 指導対象組合・企業  
喜如嘉芭蕉布事業協同組合
- 現地指導員  
比嘉盛一 沖縄県工芸指導所 主任研究員

### 現状

沖縄本島北部に位置する大宜味村は、人口3500人余りの農村地域であるが、耕地面積が狭く従って基幹産業のサトウキビの生産量も少なく過疎化の激しい地域である。

綿・絹が入る前から沖縄で使用されていた長い歴史を持つ芭蕉布は、戦前まで沖縄各地で織られていたが、現在は大宜味村喜如喜周辺でわずかに生産されているにすぎない。喜如喜の芭蕉布は、昭和49年に国の重要無形文化財に指定され、昭和63年には伝産法の指定を受け振興計

画に基づく施策の実施により振興・発展を図るべく努力している。

芭蕉布は、原木栽培・糸作り・染・織・仕上げまで一貫した手作業で行われている。

生産に従事している者、総数150名(織50名、糸作り100名)生産額は、約5,600万円である。

### 問題点

現在、芭蕉布作りは、原木栽培から仕上げまで一貫して一人で行なわれており、分業化していない。従って従業者の高齢化にともない苧引き(繊維取り)のできない人達が増え、材料不足をきたしている。

上質の着物地の需要は多いのですが、糸を紡ぐ人達の高齢化にともない、糸質が粗く(太く)なっており、着尺が激減している。

絶対的数量が足りないこと並びに繊維の特異性もあって販路に事欠かないが、今後は呉服のみでなく粗い(太い)素材を利用開拓する必要がある。

### 実施概要

#### ①基本指導

テーマ：「芭蕉布の素材を利用したデザイン開発」

1. 繊維製品とデザイン及び用途開発について
2. 帽子、バッグ、ランプシェード、椅子等の芭蕉糸の素材を生かした製品開発の可能性



#### ②開発指導

現在、喜如嘉芭蕉布事業協同組合においては財布、名刺入れ等の小物の商品開発を行ってきているが、新しく帽子、バッグ等の製品開発の可能性はないのか、討論形式で指導助言を受けた。この中で川上氏は、帽子、バッグに限らずランプシェード、椅子、建築資材(壁紙)等多くの可能性があるが、芭蕉布のイメージを損うことのないよう素材のよさを全面に出した製品開発が必要であるとの指導・助言を行った。

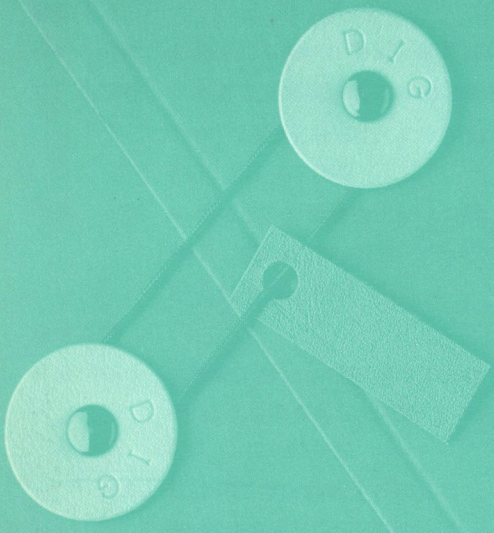
#### 今後の展開

⑧事業の成果を踏まえ、平成元年度において、産業デザイン開発推進事業(県単)を実施して、試作品開発を行う予定である。

# 現地指導員

- 北海道
  - 安田 公彦 北海道立工業試験場工芸部工業デザイン科長
  - 安河内義明 北海道立工業試験場工芸部工業デザイン科研究員  
〒060 北海道札幌市北区北19条西11丁目  
TEL. 011-747-2211
  - 中里 一英 北海道立工業試験場化学技術部主任研究員  
〒069 北海道江別市野幌代々木町76  
TEL. 011-382-2704
- 青森県
  - 金澤 昭夫 青森県工業試験場青森木工分場デザイン課長  
〒030 青森県青森市八ツ役字芦谷202-4  
TEL. 0177-39-8551
  - 九戸 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
  - 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指導部指導科研究員  
〒980 宮城県仙台市長町8-7-20  
TEL. 022-248-4386
- 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
- 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岡字矢頭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
  - 町田 芳明 埼玉県工業技術研究所主任  
〒338 埼玉県浦和市木崎3-10-1  
TEL. 048-833-1511
  - 中島 規之 埼玉県繊維工業試験場技師  
〒361 埼玉県行田市向町7-29  
TEL. 0485-55-2391
- 林 広子 埼玉県繊維工業試験場秩父支場技師  
〒368 埼玉県秩父市熊木町28-1  
TEL. 0494-22-0134
- 滋賀県
  - 福村 哲 滋賀県立信楽窯業試験場指導係主査  
〒529-18 滋賀県甲賀郡信楽町長野498  
TEL. 0748-82-1155
- 和歌山県
  - 土井 音次 和歌山県漆器試験場総括研究員
  - 木山 寛治 和歌山県漆器試験場研究員  
〒642 和歌山県和歌山市海南市船尾226-2  
TEL. 07348-2-0844
  - 北口 功 和歌山県工業技術センター研究員  
〒649-62 和歌山県和歌山市小倉6番地  
TEL. 0734-77-1271
- 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  
〒721 広島県福山市東深津町3-232-6  
TEL. 0849-31-2400
- 鳥取県
  - 藤本 章 鳥取県工業試験場科長
  - 田上 重雄 鳥取県工業試験場研究員  
〒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嘱託  
〒761 香川県高松市郷東町587-1  
TEL. 0878-81-3175
- 今治市
  - 諏訪 弘一 愛媛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
- 久留米市
  - 古賀 瑞敏 財久留米地城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5-8-5  
TEL. 0942-44-3700
- 大分県
  - 長谷尾雅通 大分県商工労働観光部商工振興課主事  
〒870 大分県大分市大手町3-1-1  
TEL. 0975-36-1111
- 熊本県
  - 永松 俊雄 熊本県商工観光労働部商政課参事
  - 江崎 章子 熊本県商工観光労働部商政課主事  
〒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. 0988-89-5331





# 昭和63年度日本優秀デザイン商品開発指導事業実施報告書

(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. 03-435-5633・5634 FAX. 03-432-7346

