

産地技術による生活空間演出のためのデザイン開発

浅川 光臣・森本恵一郎・平田 俊也
阿部 正人・赤池 理恵・内藤 融

Houshold Commodities Deviced by the Peculiar Techniqes (created) in Yamanashi Pref.

Mitsuomi ASAKAWA, Keiichiro MORIMOTO, Toshiya HIRATA,
Masato ABE, Rie AKAIKE and Toru NAITO

要 約

県内で保有する技術と材料を用いて、消費者ニーズの高度化を先取りした新奇製品の開発を試みた。この2年間に開発したダイニング用品8種類、エントランス用品7種類の製品の中からコースター、ペーパーウェイト（オブジェ）、ウォールポケット、装飾窓の4種類を選び、材料、技術、価格、市場性等について商品化の検討を行った。

1. はじめに

経済効果による収入増、情報の伝播が早く広いこと、商品知識が豊富なこと等が要因となって消費行動は複雑になり、商品への価値観が変化している。我々は人々の望んでいる快適な生活環境とは自分好みの物で自分流の生活空間を創ることであると考え、また地場産業の技術と材料で何が提供でき、又提案できるかということ併せて考えて製品開発を行い、商品化研究を行った。



2. 概 要

2-1 コースター

天然めのうの美しい縞目を活かした。材料の天然めのうは、本来の用途の装身具類には向かない小さい石を用いた。コップなどを置く部分は、サンドブラスト加工で鳥と魚の2種類の形に凹面にした。使わない時は卓上のオブジェになる。凹面部は研磨せずざらざらのままにした。底面には厚さ2mmのコルクを貼った。技術等は1次試作時の検討で十分なされていて改善の余地はないと判断した。価格検討の結果、市場製品より高価になるので、需要の有無について十分な検討を要する。（写真1）



写真1 コースター

2-2 オブジェ（ペーパーウェイト）

玄関に置き、ムードを高めるオブジェで郵便物やちらし類の重石ともなる。モチーフは小鳥である。可愛らしさを強調すること、製造上の問題を解決すること、加工は手作業が多いので価格抑制を配慮することを重点的に検討した。小鳥の寸法

を小さくし、羽部を普通は廃棄するめのうの結晶質にし、台部を御影石から川原石にした。商品化し市場に出している。(写真2)

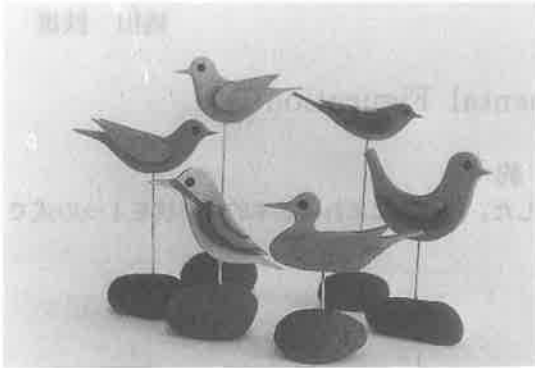


写真2 オブジェ

2-3 ウォールポケット

玄関を小奇麗に整理するため、扉の内側に装着する。スリッパ、傘、印鑑等小物を収納でき、鏡、小さなドロップ扉、フックがついている。機能上は1次試作品とほぼ同じであり製造上の問題点も無いので外観上のクオリティを高めることに重点を置いて検討した。特注木製品製造業者とその取引先に提案している段階である。(写真3)



写真3 ウォールポケット

2-4 装飾窓

玄関のムードを高めるインテリア製品として開発した。扉を閉じておくと窓状で、開けると風景

などの図柄が見える。照明を組み込んであり、夜は一層効果的である。軽量化を図ること、価格の抑制を図ることを重点的に検討した。本体をナラ材からアルダ材に換え、奥行き寸法と各部材の寸法を機能と強度を損なわない範囲で小さくした。又図柄についてはガラス板を合成樹脂板に換えた。約5kg軽くなり、総重量は約15kgとなった。価格について100個のオーダーで試算したところ、推定小売価格で13%安価になった。小売店の店頭で1月間展示して観察したが、製品の性格が十分に理解されなかった。具体的な機能を持たない製品の価格境界があるように思われ今後課題を残した。(写真4)

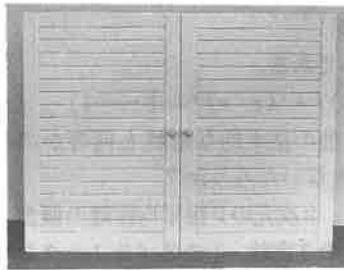


写真4 装飾窓

3. おわりに

現在の消費者ニーズは、自分流の生活空間を演出できる物を手に入れることである。他人が何を持っていようと影響されず、価格にもこだわらない。それゆえに商品を提供する側から見ると市場が複雑に見える。我々は多彩で洒落た小道具の市場は大きいと考え、ノベルティ商品の開発を行った。極く一部しか商品化されていないが、地場産業に携わる方々に新製品開発の着眼点に、提案の中からヒントを得て、そして商品化して戴きたいと考えている。

参考文献

- 1) 浅川光臣：山梨県工業技術センター研究報告 第3号P37-41 (1989)