

地域企業と大手企業と大学との産学連携でのデザイン開発

杉本, 美貴
九州大学大学院芸術工学研究院

本松, 優花
九州大学芸術工学部

嶋村, 由莉亜
九州大学芸術工学部

柴田, 真衣
九州大学芸術工学部

他

<https://hdl.handle.net/2324/7181984>

出版情報 : Annual Design Review of Japanese Society for the Science of Design. 28 (1), pp.52-57, 2023-07-31. Japanese Society for the Science of Design

バージョン :

権利関係 : © 2023 authors



地域企業と大手企業と大学との産学連携でのデザイン開発

Design development in collaboration with local companies, major companies and universities

- 杉本美貴 九州大学
 ○ 本松優花 九州大学芸術工学部
 ○ 嶋村由莉亜 九州大学芸術工学部
 ○ 柴田真衣 九州大学芸術工学部
 ○ 武谷歩美 九州大学芸術工学部
 ○ 張 端壮 九州大学大学院芸術工学府

- 大友 聡 株式会社良品計画
 □ 岡本和士 OKAMOTO STUDIO
 □ 手槌りか プロペラデザイン

- Sugimoto Yoshitaka : Kyushu University
 Motomatsu Yuka : School of Design, Kyushu University
 Shimamura Yuria : School of Design, Kyushu University
 Shibata Mai : School of Design, Kyushu University
 Takeya Ayumi : School of Design, Kyushu University
 Cho Tanso : Graduate School of Design, Kyushu University

- Otomo Satoshi : Ryohin Keikaku Co.,Ltd.
 Okamoto Kazuaki : OKAMOTO STUDIO
 Tezuchi Ricca : PROPELLER DESIGN

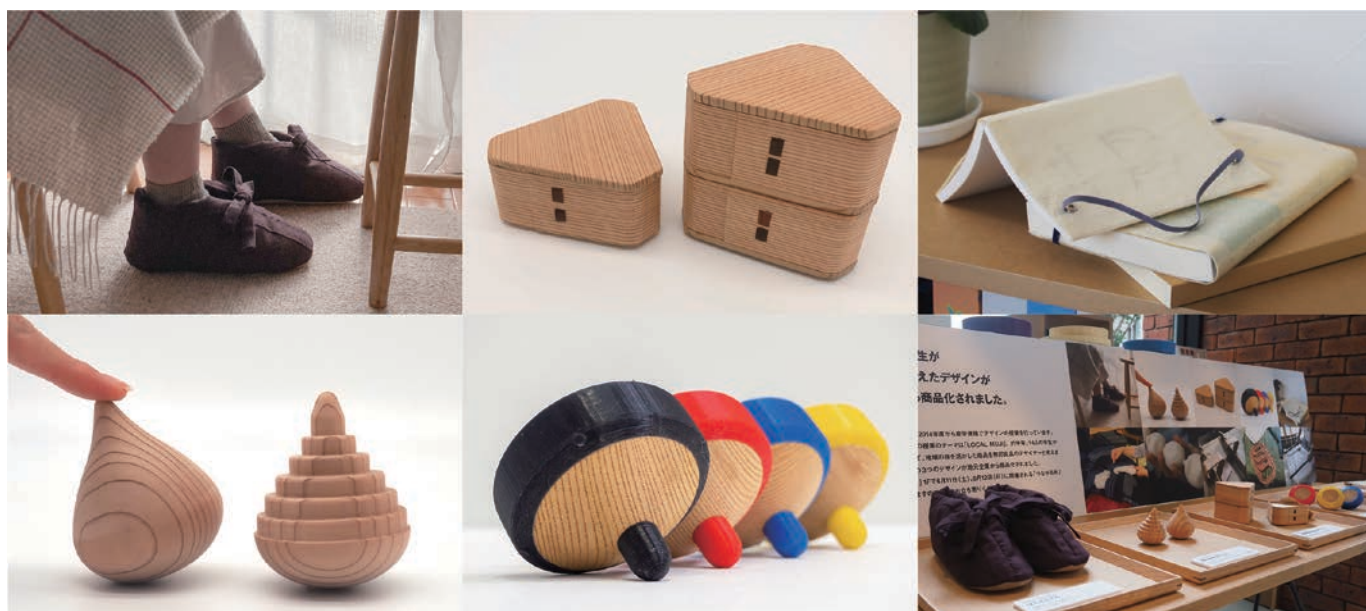


図1 5作品と無印良品での展示風景

要旨

本作品は、地域企業、地域活性化に向けた様々な活動を行っている大手企業（株式会社良品計画）、大学による産学連携授業の成果である。学生たちが、地場産業や伝統工芸の技を活かし、無印良品のもののづくりの考え方を取り入れ、地域企業が無印良品を巻き込みながら販売・訴求できるデザインを実現した。

本作品は2022年6月に「無印良品 天神大名」（福岡市）で行われたイベントで展示し、商品化されたものについては販売も行なった。本プロセスは、地域企業にとっても、地域との連携を進める大手企業にとっても、大学の実践的なデザイン教育の場としてもメリットがある。また、地場産業の伝統技術に無印良品のもののづくりの考え方を取り入れ、自由な発想の学生がデザインすることで、地域企業が訴求力のある商品の企画から販売までを実現できるモデルを提示した。

Summary

This work is the result of an industry-university collaboration class between local companies, a major company (MUJI), and University. The students utilized the skills of local industry and traditional crafts, incorporated MUJI's approach to manufacturing, and realized a design that can be sold and promoted by local companies with the involvement of MUJI.

This work was exhibited at an event held at MUJI Tenjin Daimyo in June 2022, and commercialized products were also sold. This process benefits local companies, major companies, and universities. The project also presented a model that enables local companies to realize the planning and sales of appealing products by incorporating MUJI's manufacturing philosophy into the traditional techniques of local industries and designing them by students with a free spirit.

1. はじめに

本作品は、地場産業や伝統工芸などの地域企業と、株式会社良品計画（以下、無印良品）と、九州大学芸術工学部との産学連携授業の成果である。

九州大学芸術工学部は、地方に立地する大学の使命として積極的に地場産業や地域の活性化に向けた活動を行なっている。一方、無印良品でも「感じ良い暮らしと社会」の実現を目指し、地域活性化に向けた取り組みが進められている。国の政策としても、将来にわたって「活力ある地域社会」を実現するための施策の一つに「地域資源・産業を活かした地域の競争力強化」が挙げられている〔注1〕。

こうしたことから「地場産業や伝統工芸の技を活かした無印良品らしい製品」をテーマに、九州大学のある福岡県を中心とした九州の地域企業と共に、国内外で人気も知名度も高い無印良品を巻き込みながら販売・訴求できる製品をデザインした。地域企業だけでなく、無印良品に代表されるような地域活性化を意欲的に推進する大手企業と共に、産学連携で地域産業の活性化を目指す取り組みは、地域企業にとっても、大手企業にとっても、大学の実践的なデザイン教育の場としてもメリットがあり、これからの地域産業の発展に向けた活動の事例として有用と考え、本作品の開発プロセスと本作品の詳細について解説する。

2. デザインプロセス

商品化に向けたデザイン案決定までのプロセスおよび商品化から販売までのプロセスについての実施記録を表1に示す。

表1 授業の実施記録

商品化に向けたデザイン案決定までのプロセス	
2021年10月	・無印良品らしさについての分析、考察 ・九州の地場産業や伝統工芸について調査
2021年11月	・商品コンセプト、デザインコンセプト検討 ・アイデア展開、ラフモデル製作
2021年12月	・無印良品との中間検討会 ・アイデア修正、最終モデル製作
2022年1月	・アイデア修正、最終モデル製作
2022年2月	・アイデア修正、最終モデル製作
2022年3月	・無印良品との最終検討会 ・商品化の候補となるデザイン案決定
商品化から販売までのプロセス	
2022年3月	・販売チャネル・商品化検討
2022年4月	・販売チャネル・商品化検討
2022年5月	・無印良品および地域企業と「つながる市」での展示・販売の可能性について検討 ・製造
2022年6月	・「つながる市」にて展示・販売

2-1. 商品化に向けたデザイン案決定までのプロセス

授業は2021年10月から2022年3月までの約5か月間で行なった。授業には学部3年生から修士2年生までの14名の学生が参加した。この授業ではデザイン提案に止まらず、商品化して社会実装することを目標に取り組み、授業期間中に商品化の候補となるデザイン案の決定まで行った。

初めに無印良品の経営理念や企業活動についてのデスクトップ調査、商品や店舗の観察調査などから「90%の普通と10%の特別」「ちょっともったいなくない」「昔のものを今に合わせて仕立て直す」など、それぞれの学生が無印良品らしさについて考察した。次に、福岡県を中心に九州の地場産業や伝統工芸について調べた。調査は文献やインターネット調査に加え、実際に地場産業や伝統工芸を製造する地域企業を訪問し、製造現場の観察や職人へのインタビュー調査などを行った（図2、3）。その中から各自が興味を持った技を選び、自分の暮らしの中で使いたいと思う製品デザインについてアイデア検討を進めた。

2021年12月に中間検討会を行い（図4）、無印良品のデザイナー3名から、使い勝手や審美性などの一般的なプロダクトデザインの観点に加え、無印良品のもののづくりの考え方の観点から助言があった。それらの助言を参考に、各自のアイデアの方向性や修正点を明確化した。その後、地域企業と一緒にものづくりやコストなどについて検討を繰り返ししながらアイデアをブラッシュアップしていった。

2022年3月に最終検討会を行い（図5）、無印良品のデザイナー3名から、地域の技が活かされているもの、無印良品のもののづくりの考え方に合っていること、使い勝手や審美性に優れるもの、という評価基準から、商品化の候補となる5つのデザイン案が選定された。これ以降は、選定されたデザインを担当した5名の学生が商品化に向けて取り組んだ。



図2 八女コマと木製玩具を製造・販売する隈本木工所の見学



図3 伝統的工芸品の久留米絣を製造・販売する坂田織物の見学



図4 中間検討会



図5 最終検討会

2-2. 商品化から販売までのプロセス

授業終了後の2022年3月から6月までの約3か月間、商品化から販売に向けて取り組んだ。販売チャネルについては、当初、無印良品のプロポーの商品としての販売を目指したが、無印良品が求める高いデザイン性に加え、地域企業に

とっても製品の品質やコスト面での負担が増すという課題があった。一方、無印良品は「感じ良い暮らしと社会」の実現に向け、各自治体や地元住民が主役となって、それに無印良品が巻き込まれる形で地域を活性化することを目指して様々な取り組みが行われており、その一つに、無印良品の店舗で地域の出店者による販売やワークショップなどを行う「つながる市」があった。そこで、無印良品のデザイナー、九州エリア福岡ブロックマネージャーから、2022年6月に福岡市の中心街にある「無印良品 天神大名」で開催される「つながる市」で展示・販売する案が提案された。しかし、すでに開催が約1か月後に迫っていたため、直ちに各地域企業と「つながる市」に向けての商品化と販売の可能性について検討する必要があった。その結果、5つのデザインのうち2つが6月の「つながる市」に、1つが冬に向けて商品化されることとなった。残り2つについては、製品開発のプロセスや販売方法が企業の方針に合わないこと、品質やコスト検討が十分でないことなどから商品化に至らなかったが、「つながる市」での試作の展示については合意が得られた。

3. 3者の協働関係

本作品の開発プロセスにおける、九州大学、地域企業、大手企業である無印良品の協働関係について図6に示す。

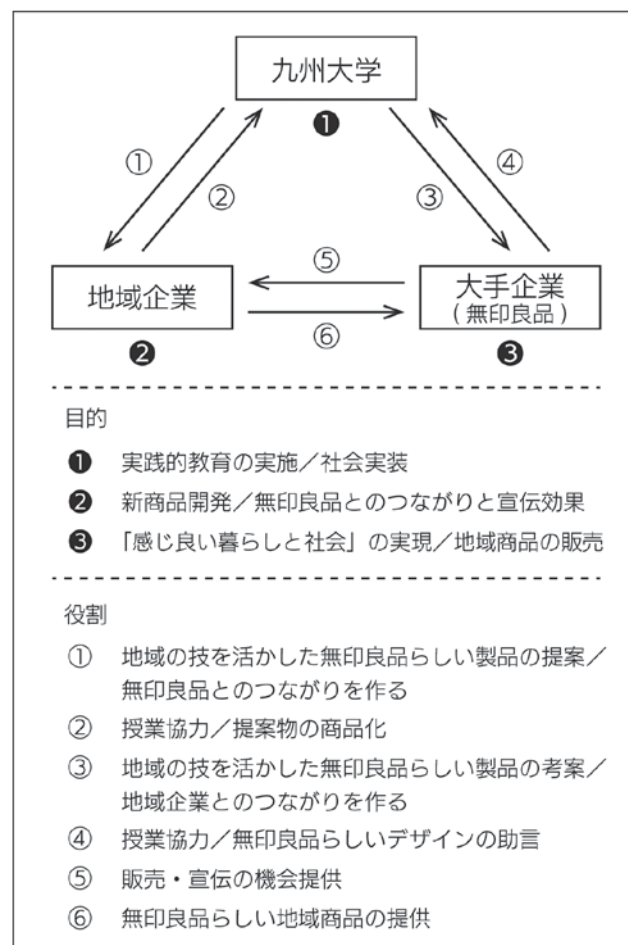


図6 3者の協働関係

本作品の開発プロセスにおける九州大学の目的は、産学連携による、デザイン開発から社会実装まで見据えた実践的教育を実施することである。地域企業にとっては大学と新商品を開発し、無印良品の「つながる市」で販売することで無印良品とのつながりを作ることができ、大きな宣伝効果も期待できる。大手企業である無印良品にとっては、「感じ良い暮らしと社会」の実現に向けた取り組みの一つとなる。また、無印良品では地域活性化に向け、無印良品の考え方に適う地域商品の販売が進められているが、無印良品のデザイナーの助言を受けてデザインされた地域商品は「つながる市」でも安心して取り扱いできる。

3者の役割については、九州大学は、地域企業に対して地域の技を活かした無印良品らしい製品の提案と、無印良品とのつながりを作ることである。無印良品に対しては、地域の技を活かした無印良品らしい製品の考案と、地域企業とのつながりを作ることである。地域企業は、九州大学に対しては、授業と提案物の商品化に協力することである。無印良品に対しては、無印良品らしい地域商品を提供することである。無印良品は、九州大学に対しては、授業で無印良品らしいデザインについて助言することである。地域企業に対しては、商品販売と宣伝の機会を提供することである。

4. 作品概要

4-1. 揺れるアロマウッド

本作品は、福岡県八女市で伝統的な八女コマや木工玩具を製造・販売する「独楽工房 隈本木工所」の協力を得て商品化した(図7)。八女杉は木目が美しく主に建材として活用されているが、伐採適齢期を過ぎた木があまり活用されていないことが課題となっている。そこで、育ち過ぎてしまった八女杉を使った2種類のアロマウッドをデザインした。本作品にアロマオイルを垂らして揺らせば香りが広がる。表面積が異なることでアロマオイルの揮発性も変わる。表面積が大きい段々の形状は八女コマをモチーフにしている。サイズは直径54mm、高さ67mmで、デザイナーは本松優花、販売価格は各1,000円(税込)である。



図7 揺れるアロマウッド

4-2. 博多曲物のおにぎりケース

本作品は、420年以上に渡り博多曲物を作り、伝えてきた「博多曲物 玉樹」の協力を得て商品化した(図8)。博多曲物は三宝など神前に供える祭具を作ってきた歴史から、曲げる部分にノコ目を入れて曲げる「ひき曲げ」の技で作った角形曲物が特徴である。そこで博多曲物のひき曲げの技でおにぎりケースをデザインした。そのままご飯を詰めるだけでおにぎりが作れ、杉の調湿作用で冷めてもおいしい。サイズは直径82mm、高さ42mmで、デザイナーは嶋村由莉亜、販売価格は各3,000円(税込)である。



図8 博多曲物のおにぎりケース

4-3. はくはんてん

本作品は、福岡県筑後市で主に綿入れはんてんの製造・販売を行う「宮田織物株式会社」の協力を得て、2022年冬に向けて商品化を進めている(図9)。筑後織は農作業用のもんぺに使われるなど丈夫で肌なじみが良く、筑後織の綿入れはんてんは昔から家での防寒着として愛用されてきた。そこで綿入れはんてんの技を活かし、はんてんのように足を暖かく包み込むルームシューズをデザインした。履き口から先端にかけて、はんてんの襟の淵と同じように、綿を巻き込んで生地と綿を縫い合わせる「手とじ」という技を使うことで、見た目でもはんてんらしさが表現できた。コロナ禍で増えた在宅時間の暖房の節約も期待できる。試作のサイズは全長26cmのSサイズ、デザイナーは柴田真衣、販売価格は未定である。



図9 はくはんてん

4-4. 隠しすぎないブックカバー

本作品は、通常の和紙の原料として使われる楮ではなく、楮よりも繊維が長い梶の木を使用して、丈夫な和紙を製造・販売する佐賀県佐賀市の「名尾手すき和紙株式会社」の協力を得てデザインした（図10）。透けるほど薄くても丈夫な提灯紙で作ったブックカバーで、本の識別がしやすく、使うたびに手に馴染む。ただし、授業内での製品開発だったため企業が開発プロセス全体に関わっていなかったことや販売方法が企業の方針に合わないこと、品質面での検討が十分でないことなどから商品化はされず、試作品の展示を行なった。文庫本と単行本サイズで、デザイナーは武谷歩美である。



図10 隠しすぎないブックカバー

4-5. やさしい博多こま

本作品は、前述の「独楽工房 隈本木工所」と、福岡県太宰府市でシリコン製品の製造・販売を行う「株式会社SING」とのコラボ商品としてデザイン提案した（図11）。こまの芯と側面をシリコンでカバーすることで、家の中で遊んでも床や壁を傷つけない。福岡県の異なる地域産業の技を合わせた製品開発の取り組みとして高い評価を得た。しかし、通常のこまよりも高価になってしまうことと、それを回収できるほど、こま自体の需要が見込めないことから商品化はされず、試作品の展示を行なった。サイズは直径65mm、高さ55mmで、デザイナーは張端壮である。



図11 やさしい博多こま

5. 商品販売・作品展示

福岡市の中心街にある「無印良品 天神大名」で2022年6月11日、12日に開催された「つながる市」において、当日までに商品化された2つの作品の販売と、5つの作品の展示を行なった。販売はそれぞれの企業に割り当てられたスペースで、企業の既存商品と共に販売した（図12~14）。「つながる市」での販売には各デザインを担当した学生も販売員として参加した。商品化した揺れるアロマウッドと博多曲物のおにぎりケースは2日間で予定していた販売数を完売した。展示した作品についても、来店者から非常に好評を得た。



図12 「つながる市」での5つの作品の展示



図13 「つながる市」での販売の様子1



図14 「つながる市」での販売の様子2

6. まとめ

本作品は、地場産業や伝統工芸を製造・販売する地域企業の協力を得て、九州大学と無印良品の産学連携授業の中でデザインしたものである。国の政策としても将来にわたって「活力ある地域社会」を実現するための施策として「地域資源・産業を活かした地域の競争力強化」が挙げられているように、今後ますます地域産業の発展に向けた取り組みが重要になる。九州大学では地方に立地する大学の使命としてこれまでも積極的に地域貢献に資する活動に励んできたが、大手企業においても、無印良品のように地域活性化に向けた取り組みを行う企業が増えていくと考えられる。そうしたことから、地域企業と大手企業が協業する形での産学連携のあり方は、これからの新たな地域産業の発展に向けた取り組みとして大きな可能性を秘めている。

また、本作品を商品化するにあたっては地域企業の協力が不可欠であったが「つながる市」で販売するという方針が決まってから販売当日まで約1か月しかなく、通常であれば商品化は難しい。しかしそうした中で2案が商品化できたのは、多くの人が集まる無印良品の店舗で販売することで大きな宣伝効果が期待できること、「つながる市」以降も無印良品と繋がりが持てることなど、地域企業にとっても特別に開発や製造に時間を割くほどのメリットが感じられたからである。尚且つ、地域との連携を積極的に進めている無印良品にも、実践的なデザイン教育の場を求める大学にもメリットがあることから、本活動は持続可能な取り組みになり得る。更には、今回の経験がケーススタディとなり、次回はより効率的に推進できると考えられる。

一方、品質やコストの問題だけでなく、授業をベースにした取り組みであったため製品の開発プロセスや販売方法が企業の方針に合わないことが要因で商品化を断念したものがあった。これは今回、商品の製造責任や販売方法が授業期間終了後に決まり、地域企業にとってもどのように関わればいいのかははっきりしないままデザイン検討を進めたことが要因である。当然のことながら、地域企業と無印良品など複数の企業と取り組みを行う際は、それぞれの企業の考え方、立場や役割、開発プロセスを明確にした上で活動することの重要性を再認識した。

本活動は、次年度以降も継続する予定である。次年度はこれまで九州大学と連携授業を行なっている金沢美術工芸大学も参加し、福岡と金沢の無印良品の店舗で双方の商品販売を行うなど、今回の取り組みを更に発展させ、地域と地域の連携による新たな地域活性化の取り組み事例となりうる活動を目指す。

注および参考文献

- 1) まち・ひと・しごと創生基本方針、<https://www.chisou.go.jp/sousei/info/pdf/r03-6-18-kihonhousin2021hontai.pdf>
(参照日2022年7月1日)