

Design Management project



県デザイン経営塾6「『伝統の与件』再構成による新ジャンルへの展開」

富山県・富山大学芸術文化学部・高岡伝統産業青年会

富山大学芸術文化学部准教授 矢口 忠憲

開催主旨と概要

本プロジェクト「県デザイン経営塾」は、地場産業がもつ優れた技術や地域文化を基盤に、現代の生活者が共感する魅力と独自性のある「地域活性化戦略の方向性」を探索し、経営者のための「デザインマネジメント」の理解と習得の場を提供することを目的として、富山県と富山大学芸術文化学部が連携し、平成18年から開催しています。テーマとしては、新商品開発、観光戦略、ブランド戦略など多岐にわたっています。

第6回目となる平成23年度は、これからのモノづくり産業を担う若手（高岡伝統産業青年会）のメンバーを対象として開催し、自身が持っている「売り」（他との違い・勝負できる部分）を発見し（気づき）、それを今までとは異なる市場（異なる切り口）で展開する為の方法を模索することを目標として進めました。

主催

富山県 商工労働部商工企画課
富山大学 芸術文化学部

共催

高岡伝統産業青年会

プロデューサー

秦 正徳 富山大学 芸術文化学部長

実行委員会（富山大学 芸術文化学部）

実行委員長：矢口 忠憲
副委員長：古池 嘉和 長柄 毅一
委員：清水 克朗 内藤 裕孝 長岡 大樹

プログラムとスケジュール

- (1)デザインマネジメントセミナー / ワークショップ
平成23年11月28日（19:00～21:00）
場 所：富山大学芸術文化学部 大会議室
- (2)デザインマネジメントセミナー / ワークショップ
平成23年12月15日（19:00～21:00）
場 所：高岡市生涯学習センター 研修室 502

(3)デザインマネジメントセミナー / ワークショップ

平成23年12月22日（19:00～21:00）
場 所：高岡市生涯学習センター 研修室 502

(4)デザインマネジメントセミナー / プレゼンテーション

平成24年1月30日（18:40～21:00）
場 所：高岡市生涯学習センター 研修室 502

■フィールドワーク（塾生の仕事場視察）

今回は、まず自分達の「売り」を発見することから始まるが、自身の本質に気づくことは極めて難しい。既成概念に捕われず、従来のステージや製品、手法、技術、対象などを取り払った白紙の状態での作業に当たらなければならない。そこで、塾開講前に講師の方々に各塾生の仕事場を視察して頂き、第三者の立場で、アドバイス助言を頂く機会を設けた。



第1回：(株)道具 / (有)シマタニ昇龍工房 / (有)嶋モデリング
(平成23年11月28日14:00～)



第2回：TAPP Craft / (株)高田製作所 / (株)能作
(平成23年12月22日14:00～)

1

伝統技術の継承と 新たなチャレンジ



■第1回デザイン経営塾



講師

市橋 人士 氏
Hitoshi Ichihashi
(有)山口工芸
Hacoa 事業部代表取締役

初回は、越前漆器の産地で木地師としての修行をされていた市橋氏をお招きした。氏は、多く塾生と同じく伝統工芸の産地における2代目として、伝統技術の素晴らしさを如何に現代に活かし伝え行くか、試行錯誤を繰り返しながら新しいブランドを立ち上げ、現在国内外にショップ展開されている。

1部：デザインマネジメントセミナー

『伝統産業から生まれ出た人気ブランド』

木地師としての修行を重ねるほどその奥深さに魅了され、次世代に残さなければならないものと確信するも、このままでは時代にマッチしないだろうとも漠然と感じていた。そこで、今の若い人達の心をくすぐる「部分」に世界にも通じる技術を盛り込み、一度デザインしたものは造り続けて長く売るといった、ロングライフ商品開発を目指した。新しく立ち上げた「Hacoa」ブランドが成功した理由に、新しい流通開拓が挙げられる。最初の商品であった携帯電話のカスタムジャケットも、その当時はまだ一般的ではなかった半信半疑のネット販売であった。社の広告塔にもなっている木製のキーボードも、インターネットで全世界に広まり反響を呼んだ。



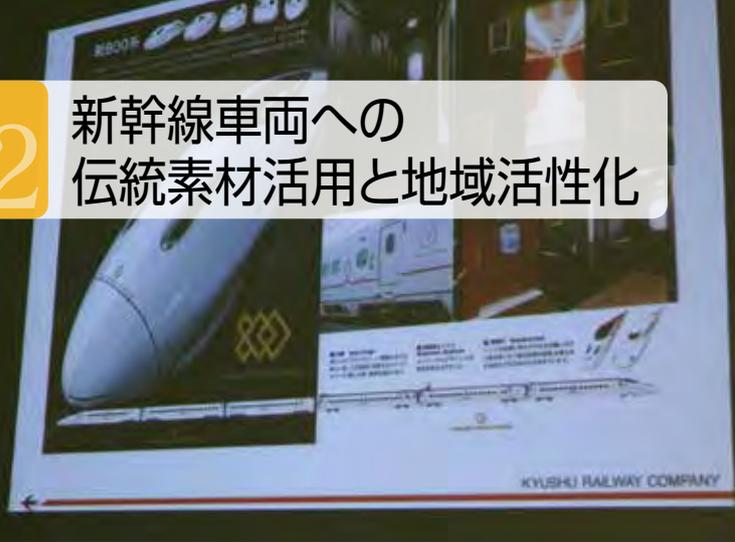
2部：ワークショップ

『塾生それぞれの立場で自身の売り(素材)を模索』

塾生各位の現状把握と目的設定に、自社・自身の特徴に加え、他と差別化できる箇所をピックアップした。

2

新幹線車両への 伝統素材活用と地域活性化



■第2回デザイン経営塾



講師

大坪 孝一 氏
Kouichi Ootubo
(株)JR九州
運輸部車両課 部長



講師

榎 清一 氏
Seiichi Enoki
(株)JR九州
運輸部車両課 主任

九州新幹線「つばめ」は、ブルネル賞等を受賞し、世界から注目を浴びている。その特徴の一つは、地場の伝統産業の技術や素材を、車両に取り入れたことにあると言われている。今回は、JR九州車両設計部の方々をお招きし、その車両開発ストーリーを伺った。

1部：デザインマネジメントセミナー

『JR九州に学ぶ伝統産業の活用術』

九州には、国内はもとより韓国、中国、台湾などアジア圏から観光やビジネスを目的に多くの方々来県される。乗客に少しでも「和」を感じていただけるよう、日本の伝統的な素材をインテリアに多用した。例えば、座席のフレームにはプライウッド、座面には西陣織風の生地を採用、テーブルや肘掛け、ロールブラインドは鹿児島産の山桜によるものである。その他、妻壁は楠材の物や金箔を貼ったものや、電話室の久留米緋の暖簾、洗面室の八代産い草の縄暖簾等が挙げられる。JR九州では、代表される新幹線「幹」だけではなく、他の路線「枝」列車に関しても同様のコンセプトでそれぞれユニークな車両を用意している。また、魅力的な旅の演出には、沿線各地域の活性化が必要不可欠であると様々な仕掛けなども積極的に行っている。

2部：ワークショップ

『自身の特徴を生かせる新ジャンルを設定』

3

地域素材のコラボによる
「産・官・学・民」連携の仕掛け

■第3回デザイン経営塾



講師

今川祐子 氏
Yuko Imakawa
市之倉さかづき美術館
支配人



講師

山下奈穂 氏
Nao Yamashita
多治見市陶磁器意匠研究所
講師



講師

山内英之亮 氏
Einosuke Yamauchi
多治見市役所産業観光課
主任

産・学・官連携プロジェクトによる成功事例として、今回は岐阜県多治見市で地域素材の組み合わせによる新たな魅力創りを目指し、立場や業種を超えたコラボを推進している「市高笠プロジェクト」のメンバーをお招きし、その取組みを紹介して頂いた。

1部：デザインマネジメントセミナー

『地域素材の組合せによる魅力創り』

市からの要請により集まった、市役所、美術館、研究機関、酒蔵メーカー、陶芸家等からなる異色のメンバーで、新ブランド開発の企画が始まった。地域素材の特徴を活かし、付加価値の高い商品を生み出すには、本気の異業種交流が必要であるとの共通認識で、徹底した話し合いを重ねて互いに勉強するところから始まり、「美濃陶酔」「緋酒器」「涼酒器」などが生まれた。

2部：ワークショップ

『設定したジャンルで勝負できるコンセプトを立案』

4

消費者ニーズは
どこに隠されているか

■第4回デザイン経営塾



講師

能作克治 氏
Katsuji Nousaku
(株)能作
代表取締役 社長



講師

遠藤由香里 氏
Endou Yukari
(株)三越伊勢丹
日本橋リビング営業部

地元のオピニオンリーダーとして、活躍しておられる能作氏をお招きし、塾生と同じ地で且つ同業種である経験談を交えてアドバイスをいただこうと計画した。また、(株)能作と取引しておられる三越バイヤーの遠藤氏にも加わって頂き、ディスカッションと、塾生によるプレゼンテーションを講評して頂いた。

1部：デザインマネジメントセミナー

『伝統産業の可能性を消費者ニーズから探る』

(株)能作は、もともと問屋さんからの受注メーカーであり、消費者ニーズを知る由もなかった。2001年にとある展示会に出展する機会があり、その経験から売る人の声（消費者の声ではなく、消費者動向を熟知している販売員の意見）を参考にした自社ブランドの商品開発を始めた。金属製食器の開発をしていた時、課題であった錫の柔らかさを、逆転の発想で、その「曲がる」をコンセプトにして、ヒット商品を生み出した。

三越のJスピリッツという売り場でバイヤーをしている遠藤氏は、職業柄全国の産地に出掛け、様々な商品（素材／技術／人材）を目にする。その経験から、最も重要なのは常に新しい価値を発信しようとする心意気・姿勢にあると言う。例えば、「新素材×匠の技」「ブランド×素材×クリエイター」「日本の技術×デザイン」など、今までとは異なる「分野」や「人」などのマッチングである。

高岡伝統産業の 新ジャンルへの展開



2部：プレゼンテーション（各塾生による提案）

過去4回のセミナーを基に、各回のワークショップで進めてきた作業の成果発表を行った。同時に今までのセミナー講師の方々に講評・アドバイスを頂いた。



(株)能作 梅田 泰輔

「かっこいい < 楽しい」

もの造りの過程において、格好良さばかりでなく、単純に楽しさを追求してもいいのでは？

「憧れ < 共感」

これからのお客様は、商品に対する憧れというより、そのモノを創っている企業の考え方や姿勢に共感し、購入されるのではないか。

キーワードは、「open」「welcome」「positive」



大寺八郎商店 大寺 康太

「ネットワークを活かした
人と人のマッチング」

卸・小売り販売をやっている関係で、お店には様々な人達が集まる。作る側の人達（様々な業種）、県内外のお客様、地元住民を「繋ぐ」ことで、新しい道が開けるように感じる。



(有)嶋モデリング 嶋 光太郎

「3D データによる形態化に
適した新事業拡大」

スキャニングした3Dデータを元に、オリジナル製品を造りだせる特徴を活かせる、例えば医療・福祉分野（義足/ジグ）、スポーツ分野（特殊インソール）などの事業。

「『しまもで』ブランドの新商品開発」

- ・金属を始めとした、プラスチックや木材など、多種素材を取り扱っているメリットを生かして……
- ・多くの協力会社とネットワークで連携して……
- ・「手技」と「コンピュータ技術」を融合して……



(有)シマタニ昇龍工房 島谷 好徳

「一子相伝による伝統技法」

我が工房は、職人の勘のみを頼りに行う伝統的技法「鑿子作り」一筋で現在にいたっている。今後はこの技術を活かして「禪の道具」禅をおこなうとき、瞑想しやすくする道具としてのおりんや、「音を売る」モノではなく、音そのもの（携帯電話の着信音やアプリ）を商品化し、差別化を図りたい。



ハヤシ製作所 林 康之

「フラッシュ構造を活かした

商品開発」

取り扱っている製品の多くが、本当の木でないことにコンプレックスもあったが、フラッシュ構造でしかできない、フラッシュ構造ならではの「もの」を創って行きたい。同時に、潜在的な需要を探りながら「人間サービス」として提案して行きたい。



TAPP Craft 丸山 達平

「富山湾をデザインする」

徹底したこだわりをもって、様々な提案をしていきたい。まずは、富山湾を知り尽くす為、第一歩として漁師デビューをはたす。



雅覧堂 和田 隆史

「縁起物」と「花鳥風月」

高岡銅器・漆器を取り扱う問屋として、新規商品開発を目指す。例えば、縁起物としては「お守り」と、花鳥風月としては「ジュエリーボックス」などである。