

## ステップアップフォーラム 第2部

# 「生活を楽しむ商品」

レジャー、インテリア、ファッション、健康、情報など個人の生活を豊かにする商品

コメンテーター

土居 輝彦

株式会社ワールドフォトプレス 編集局長 (パブリッシング)

吉川 徹

株式会社東急ハンズ MD企画部長 (流通)

山本 広行

株式会社新潟三越伊勢丹 営業政策部 営業企画担当 新規事業II 部長 (流通)

コーディネーター

畔上 正美

新潟県工業技術総合研究所 素材応用技術支援センター長

NIIGATA IDS DESIGN COMPETITION 2018

畔上 「ステップアップフォーラム」第2部は、「生活を楽しむ商品」をテーマに進めてまいります。土居審査委員長からお願い致します。

土居審査委員長 残念ながら賞の選には漏れたけれども、ほんと惜しい、それから考え方をちょっと変えればもっと面白いデザインに広がるんじゃないか、というような物、受賞作品についてはなぜ受賞したのかということ、それぞれの商品が持つ可能性についてお話をさせて頂きます。

はじめに「トースターパンシリーズ」、これは残念ながら賞に漏れたのですが、惜しい非常に惜しい。凄く良く出来ている製品です。中に料理を入れて、そのままオーブントースターかもしくは魚焼きのグリルの中に入れて使うものです。レンジと異なり直接熱で調理するので、凄く美味しくなります。素材はアルミなんですけれども、実はこれ、裏側のデザイン処理も

物凄くきれいなんです。

ただ非常に丁寧に作られているんですけども、料理ということ考えた時に、ちょっとコンテナ的なデザインに感じられて、そこがとても残念でした。調理器具をそのままテーブル上げて料理を食べるようなシーンが珍しくない現在、デザインをシンプルかつ清潔な色という



か、食欲のわくような色、白とか、ベージュとかのカラーリングで展開をされたら、もしかしたら大きな賞の候補になったんじゃないかという、非常に惜しい商品だと思いました。

次は「ピリくる」です。これ、ただのTシャツではなくて、生地が重なったりしている部分をピリッとやると中からメッセージが出てくるという仕掛け。破った生地をそのままバンダナとして使ったりもできます。Tシャツに自分たちの持っている素材と縫製技術で付加価値を付けて、商品化されたものです。こうしたTシャツに、何かワンアクションを加えるというのは、今まで無かった発想ですよ。長袖Tシャツの、長

袖が七分、それから半袖と千切れるようなデザインの物もありました。面白いなあと思うんです。

ただ「ピリくる」という名前の割には、全然ピリっていかない。Tシャツを破るというアクションを入れる時に「ピリッ」と音がしたら面白いと思うんです。このコンペで昔から言い続けているんですけども、音はデザインであると認識しましょう。音に気を配ることは、とても大事。わざわざ音を立てるような工夫をして、ピリッと破るワンアクション。その音もプラスしたような商品を提案されたら、いいのではないのでしょうか。



次は「燕三条クッキー」。可愛くデザインされた工具のピクトグラムが、いろんなパターンのグラフィックで揃っています。本当に楽しい提案です。次の段階として味がいいかどうかも問題になってきますね。雑誌的な目線で言うと、せっかくならこの中にレア物一個作って欲しいです。例えば最終的にパッケージされた時に、50個に1個とか100個に1個、見たことのない工具がレア柄として入っているみたいな遊びがあると面白い。フェイスブックとかインスタグラムとか、そういう身近な SNS ツールを使って、そんなレアもの情報を流してあげると、お客さんは楽しんでくれるんじゃないかな、と

いうふうに思いました。

次は私が審査委員賞とした「鮮彩チタン醤油差し」です。これ外側はステンレスなんですけれども、実は内側がチタンになっています。チタンにすることで醤油の酸化を抑えて味が変わらないというのが大きな特徴なんです。考えてみれば、醤油差してほとんどがガラスか陶器か、プラスチック容器そのものを使うことが多いと思うのですが、やっぱり時間が経つと酸化してくるし味も変わるんです。チタンで保護することによって味が変わらなくなるというこの特徴を、もっと押し出してもいいのではないのでしょうか。



実はこの醤油差し、審査の時に、実際に注いでみる事が出来ました。その切れ味の良さがとっても気持ち良かった。食卓における問題解決の機能が見えやすいのです。醤油の垂れ、嫌ですよ。そういった身近な、家庭の中におけるちょっとした問題を解決する機能があるというのは、消費者目線でも評価されるものだと思うのです。

**畔上** ありがとうございます。それでは吉川先生お願い致します。

**吉川審査委員** 東急ハンズの吉川でございます。今回、初めて審査をやらせて頂きました。開発されている方の社会貢献をしようという熱い思いが感じられて、楽しい時間を過ごさせて頂くことが出来ました。私は東急ハンズで仕入れの責任者をしておりまして、本日は売れる商品と、その仕入れに繋がるようなところに少し観点を置きながらお話をさせて頂ければと思います。今回、入賞をされた商品それから入賞を逃してしまった商品との差がどこか、何が違うのか？ということですが、私が感じたのは、そこに明確なターゲットが想定されているかどうか。これはかなり大きな差を感じました。

ターゲットも男性、女性という大きなことではなくて、どういうライフスタイルで、どれくらいの年代の人で、家族はいるのかいないのか、共働きなのかそうではないのか。そういったところを、もっともっと掘り下げていただきたい。

商品の機能が、その方達にとって、どういう利点を及ぼすのか。ここは凄く大事なところでございます。その辺が具体的であればあるほど、その後のシーンに繋がっていく。その人の使用シーンというのが明確に見えてくるのではないのでしょうか。例えば販促スタイルであるとか、商品のパッケージであるとか、そういったところが明確になってくると思います。

やはりどうしても作り手の方は、機能に思い入れがありますので、これも盛り込もう、あれ



も盛り込もうということ、凄く多機能になってしまう。それこそ言葉は悪いですが、いろんなモノをてんこ盛りするところがありまして、かえってターゲットがボケてしまう、というようなことがままあったなというふうに思っておりますので、その辺のところを是非参考にして頂ければと思います。

今日は、いくつかピックアップしますが、そ



の辺のシーンが凄く明確に出て来るなあと思う商品を紹介させていただきます。

こちらのサングラスですが、「OUTSIDE IN SUNNIES」というサングラスです。置いてあった時に普通のサングラスだなあと思って、2万円というプライスが付いておりましたので、正直どうなのかなあというふうに思いました。この商品は、つるの部分がβチタンという合金で

出来ております。普通だと、ヒンジがついているんですがヒンジがないんです。収納する時に曲げても折れないものです。柔らかさというのが極めてありまして、実は、掛けるとフィット感が物凄く良いんですね。

見ただけでは分からないんですけども、掛けてみるとこのフィット感が良いんです。頭ふってもずれないですし、デザイン的にも気に入っ



ておりまして、軽くて薄くてありますので、単なるドライブとかアウトドアシーンではなくて、ちょっと小洒落た格好してご飯食べに行く時とか、ドライブしたりするような時でも十分使える、非常に完成度の高い商品だと思います。ちょっとお洒落してお出かけしてみたいなあと思える。そういうシーンが浮かんでくるような凄く良い商品です。

こちらは、私が審査委員賞で選ばせて頂いた、農具のセット「ファームアップ」という商品です。現状的にはこういうニーズがあるかと言われると、今のところマーケットは、残念ながらあまり大きくはないと思いますし、ほとんどないんじゃないかなというふうに思います。

ただ、これを作った方は、おそらく農機具を作ろうという発想は、全くないと思うんですね、これを持って出かけるとか、土をいじくる、これを所有したいがために土をいじり始めるとか、そういった需要は生まれて来る可能性があるなあという部分で私は高く評価をしたいとします。今のマーケットに合わせて作った物

ではないと思うのですが、例えばギターを持っているような感覚で、簡単に分解したりとか、リュックに差し込んで持ち運んだりとか、そういったような需要なんか出てくるような日曜日を過ごしているシーンが浮かんできて、非常に良いなあと思います。

**畔上** ありがとうございます。続きまして山本先生お願い致します。

**山本審査委員** 新潟三越伊勢丹の山本でございます。もう気が付けば35年ほどデパートに席をおいております、去年から新潟博報堂と業務提携を致しまして、地域の活性化、商品開発だとか、飲食物販の拠点開発だとか、そういうブランディングを地域の自治体の方たちや民間の方たちと一緒にしております。一般的にはCSVとってクリエイティングシェアードバリューっていう、地域おこしをしながらビジネスにするという、そういう仕事です。デパート目線からと、地域活性の視点からの2つから、

お話をさせていただきます。

基本的には皆さん凄く良い商品を提案されていると思いますし、ご努力には凄くリスペクトしたいと思います。でも、未完成な所が凄くあって、その未完成だなあっていう所が面白かったりするんですけど、その未完成な所を更に伸ばす、見方を変えれば伸び代がある。そういう発展性があると思います。もうずいぶん耳慣れた言葉になっていますけ



ど、プロダクトアウトからマーケットインという言葉は皆さん方なんとなくお分かりだと思うんですね。良い物を作っていれば売れるだろうという、職人気質の製品。もちろんそれが日本を支えて来たわけですけれども、そうでなくて、現在もこれからもマーケットインが重要だということなんです。

お客様は何を欲しがっているの？その欲しがっている物に、要求に対してジャストフィットした物を作っていくんだという方向に、軸足が変わってきつつあるなあという、それが今回のように良い商品のラインナップに繋がっているんじゃないかなあっていうふうに、今年初めて参加させてもらって、そんな感じを受けました。さっき言った未完成というのは、何処が未完成なのだろうと僕なりにずっと考えたんですけども、マーケットインという言葉は何となく分かっているんだけど、じゃあマーケットインって何だっ、そこがやっぱり未消化なんじゃないかなあっていう気がするんですね。

お客様って誰なんですか。それは年代もしく

は社会属性、結婚している、していない、子供がいる、いない。いろんな切り取り方はあるんですけども、頭の中を一回整理する必要がありますと思うんですね。マーケティングという言葉のキーワードは3つあって、それを分解すると、まず「ターゲット」、次に「ライフスタイル」、ターゲットにするお客様がどんな生活しているんですかっていうこと。3つ目が「シーン」、そのターゲットのお客様がどんな生活をしていて、具体的に使っている、生活感、その三つが仮説立てていくと、商品に反映されやすい。これがマーケティングだと、僕なりに解釈しています。物売りの立場として言わせてもらえば、この三つが商品に反映されているかどうか。それが商品を見る時のポイントになります。

顧客が決まって、ライフスタイルが分かった時に、何を考えるか。その人たちがどんな価値観を持っているかということなんです。自分の身に置き換えて考えると、分かると思うんですけども、置かれた環境の変化によってその時、その時にいろんな価値観の優先順位が変わってくるんです。それをどう捕まえるかということだと思います。

その価値観はお客様の価値観かどうかということ、もう一回冷徹に考えて頂きたい。ややもすると自分の価値観で作った物がやっぱり可愛いですから、これ絶対売れるって、自己否定したくないんですけど、それは本当にお客様の立場になった価値観ですかということに自問自答して、いつでもその価値観は変わっていくんだということを前提に、商品開発をしていた



だきたい。

僕なりに選ばせてもらったのは、1つはこの「RE rattan」です。シンプルな家具になります。普通藤の家具って、細かいデザインが一杯入っている。ちょっとエキゾチックな感じを持っていたりするじゃないですか、トラディショナルな感じといいましょうか。

でも、いらぬ物をどんどん排除していったら、シンプルモダンなインテリアとして藤家具というものをラインナップし直すことが出来るんじゃないかという、インスピレーションが沸きました。僕の中では発展性を買いたいなあとこの感じ。これからどうされるんでしょう、

どう組み合わせられるのでしょうか。例えばハンガーってあるじゃないですか、これにプラスチックのハンガー、クリーニング屋さんであるワイヤーハンガーとかが、これに掛かっていたらダメですよ。これに合うハンガーをオリジナルで作るとか、そういうところも含めた、さっき言ったシーン、そういったもののイメージを膨らませていただければ、発展性があるかなあというふうに思いました。

商品ではありませんが「ぎゅとなび」です。「ぎゅとなび」というのは、保育園の先生方の負担を軽減するために、いろんな書類とか制作物等の制作を一つのシステム化して、デー

タベース化してやりませんか。そのためのエクセルベースを提案しますという、そういう内容なんです。これって言うのは、今の社会問題に上手く真っ正面から取り組んだ感じだと思っています。このシステムが一押しなのは、百貨店から離れたさっき言った地域おこし活性化、それをビジネスにっていう、その今の立ち位置と凄く呼応する内容だったので、これを選ばせて頂きました。これについては、やっぱり働いている人たちの負担を軽減して、もらっているギャランティーとの調和を取っていくとか、空いた時間を、子供との接点の質と量を深めていく。

考え方として、基本的なコンセプトに崇高なものを感じたのと、あともう一つはこういった考え方を僕もあと数年すると、会社を離れて、例えばマンションの自治会の会長をやってくれとか、そういったことになると思うんですね。町内会の会長をやってくれというのも、もう十何年したらあるかも知れません。そういったものに対する発展性も、このシステムにはあり得る。めんどくさいから嫌だよというのが、簡略化されれば、もっともっと生活が良くなるみたいなのところもあると思います。

畔上：ありがとうございます。様々な商品開発のヒント、これを持ち帰って私たちの生活を豊かにしてくれる商品がこの新潟から生まれることを皆様にお願ひして、ステップアップフォーラムを終了致します。