

---

## 「百年物語」開発テーマ 2022

---

[1]流通ネットワーク会議の情報まとめと、今後の商品開発の方向性

[2] 百年物語 2022-2023 開発テーマ

[参考資料] 商品発想、例えば

[1]流通ネットワークのまとめと  
社会変化から見た  
今後の商品開発の方向性

流通ネットワークの情報からの視点

生活と商品のアップデート	生活圏と行動の変化	自分固有の価値志向
<ul style="list-style-type: none"> <li>◎マイナス改善商品 イラッと感性問題解決商品</li> <li>◎より良い生活へ、プラスの発見</li> <li>◎売れる＝お客への独自のベネフィット 売れ続ける＝ベネフィットの必然性 それを見つけること。</li> <li>◎ユーザーとの、買った後の 持続的関係づくり</li> <li>◎ユーザーを育てる商品展開 (一人～二人へ等)</li> <li>◎買い方開発、シェア、サブスク、 蓄積買い、共同買い</li> <li>◎身の丈消費からの見直し</li> <li>◎slow shopping の楽しみに対応</li> <li>◎世界へ広がる日本式の生活文化に 応えるホンモノ日本モノ提案</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◎家なかの楽しみ再開発</li> <li>◎家なか・家そと、オンオフのボ ーダーレス可能な使いこなし</li> <li>◎新しい生活行動圏での 道具づくり アウトドア、都市での折り畳 み電動バイクなど</li> <li>◎国内観光の再評価</li> <li>◎コロナを経た都市のオフィス とホテル、商業施設などの 機能や役割の再構築</li> <li>◎モノと会う都市から ヒト、コトと会う都市へ</li> <li>◎モノでない消費、 コト発想のモノ開発</li> <li>◎メタバース、VR 体験拡大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◎脱トレンド、共感ユーザー群</li> <li>◎自分のための生活へ、脱見栄え</li> <li>◎質と単価の高い商品の充足感</li> <li>◎価値観シンボル商品と セカンドレベルの周辺商品展開</li> <li>◎生活拡大より「深さ」提案</li> <li>◎マイナーなりリアル感に惹かれる</li> <li>◎ディープ・ニッチ</li> <li>◎モノづくりのこだわりが伝わる プロの眼・目利きセレクション</li> <li>◎新素材、アート性、物語性など 買う理由の明確化</li> <li>◎「時」消費・成長する自分 /シューケアとか酒とか</li> <li>◎新しい生活様式感覚へ</li> <li>◎人生再挑戦・やり直すニーズ</li> </ul>

社会変化

**脱炭素化**  
温暖化災害対策  
エネルギーシステム再構築  
社会課題から、地域や  
企業への課題へ

**環境再生**  
脱プラ・リサイクル  
生態系再構築

**資源課題**  
人口増大、干ばつ化  
生産型資源のロス対策  
消費型資源の循環化  
資源ロスへ商流整理  
適正な消費へ

**システム課題**  
AI、DX  
都市再設計  
メタバースの  
社会システム化  
トレーサビリティ

**文化課題**  
多文化共存  
エシカル  
地域個性

商品開発の方向性

次代に続く 商品開発	新生活圏・行動のため の商品開発	自分モノとして 共感できる商品開発
---------------	---------------------	----------------------

**社会課題対応——商品の基本的なあり方になってきている。**  
捨てられるものをつくらない。誰かのために本当に大切なものをつくっているか？  
今後のソーシャルシステムへの対応(AI、リサイクル、防災など)→知財化競争

**生活者はなぜ「自分や感性を重視するのか」、動機の背景**  
安定企業の不在、自己能力開発、転職、2度目の人生、パーソナルエコノミー、ユーチューバーなど。  
変革期、混乱期を生きていくための「自分を支える・楽しむ・育てる」購買行動

## [2] 百年物語開発テーマ 2022-2023

### (1)新潟産業の課題と開発テーマの視点

温暖化対策や環境再生、より良い社会づくり、資源の限界を考えた社会と生活の在り方の再構築など、今、世界は共通の課題のもとで大きな変革期を迎えています。生活も社会も産業も大きくそのカタチを変えていくでしょう。商品開発も多様に展開され、市場競争が激化します。

その中で、新潟産業が次代に向けて果たし得る「独自の価値、理念をもった新潟産地の力」を示し、新潟産業のブランド力を発信していくことが、変革期を生き延びていくために大切と考えられます。

新潟というモノづくりの産地が、世界と日本にとって必要不可欠であるということを発信し、再構築していく時期なのです。

そのため、今年度の百年物語の開発テーマは、「生活と道具のあり方を、新潟産業はこのように考える」という理念発信を基本にして、その具体的ビジョンを開発商品で語っていくことを目指します。

### (2) 百年物語のコンセプト

百年物語のコンセプトは変わりません。今後もさらに大切な視点になってきていると考えます。

「百年後にも大切にしていきたい生活文化を、楽しみ、継承し、創造していくための道具」

### (3)百年物語、今年度の開発テーマ案

今の変革期は、産業革命以来の大量生産型工業社会から脱却して、環境と資源、人間らしさをテーマにした新しい社会づくりがテーマです。

これからのマーケットは、産業のあり方、情報技術、多様な人間の力を生かした、より良い社会づくりがテーマになっていくと考えます。

また、より良い世界づくりでなければなりません。

新潟産地のアピール理念も、これを踏まえ、「人間らしく、自分らしい生活と社会のための、価値あるものづくりの産地」をテーマにしたいと考えます。

そのアピール理念と、流通動向と生活者の意識を踏まえ、今年度の百年物語開発テーマ案を、次ページのように設定します。

また、これからの商品の基本条件として、社会課題対応も必須となると考えられます。

[基本条件]エコ、エシカルなどの基本的条件を工夫し、次代へ生き残れる商品であること。

また、できるだけ、

楽しむという発想を目指したいと思います。

SDGsを楽しむ、新しい生活様式を楽しむ。

社会変化を前向きに捉えるという発想が大切です。知財化も考えたいと思います。

自分モノとして共感できる商品を基本に、生活者の意識を踏まえて

百年物語 to2023 開発テーマ

変革期をポジティブに生きていく、楽しんでいく、成長していく人のための、

## マエムキ・ライフ・コレクション

自分を育てる、自分を楽しむ、自分を元気づける、自分ご褒美、自分可能性発見、  
前向きに生きるためのモノ・コト提案

	感性を充す、広げる カタチの楽しみ提案	自分生活を守る、育てる 道具のあり方提案	自分モノを大切にする 「理由」発信
現状→	普遍的モダンデザイン	目的型機能主体	メーカー名や売り場ブランド
視点 1	<b>★溶け込むカタチ</b> ミニマル化、 モノの存在がインテリアを 邪魔しない。	<b>★心地良さを大切に</b> 手触り、肌触り、舌触り。 人間感覚、皮膚感覚重視。 ナチュラルな快適さを。	<b>★社会課題対応</b> エコ、エシカル、資源ロス減少、 リサイクル対応、省エネルギー など、社会的良心の充足。
視点 2	<b>★意味あるカタチ</b> ミッドセンチュリー、リゾート 感覚、プロの形、ストームパ ンク、アールデコ、物語性な ど、楽しめるもの。	<b>★自分好みの暮らし方実現</b> 熱さ・冷たさの楽しみ。調理の 厚み、粒子の細かさ、素材の柔 らかさなどを自分好みに。力や バランスの調整。料理やクラフト を自在に楽しめる。	<b>★モノづくりのリアルを知る</b> ものづくりの深み、技、人を語 る。開発理由、発想のきっか け、開発プロセスの物語など、 同時代に生きる人間としての共 感性を発信する。
視点 3	<b>★絵になるカタチ</b> アート、オブジェ、光のデザ イン、作家、壁、窓、扉、玄 関、現代の床の間など、 美しい感動のあるもの。	<b>★持つ、創る、育つ自分</b> 消耗品ではないもの、思い出と なるもの、使用することで蓄積 効果があるもの、成長・学び効 果、生活を共にするもの。 つくりたいもの、売りたいもの。	<b>★産業のあり方に共感</b> 商品群が語る企業の魅力、期 待感、連動買いの満足感、 産地の安心感、期待感、 共感できるあり方を伝える。

見る・ART

使う・COZY

知る・REAL

## [参考資料 商品発想 例えば]

### ★心地良さを大切に/使いこなす

◎道具そのものの肌触りや使い方のナチュラルさ。持つだけで癒される気持ちよさ。

◎布と生活の再評価

肌を休めるナイトマスク。眠る時のリフレッシュ・ギヤ。癒すハンド・ツール。

疲れを癒すルーミング・ファブリック。和ませる風景をつくるインテリア・ファブリック。

◎木の文化の再発見。プラスチックである必然がないものを問う。

生活に、無塗装の木を取り入れるシリーズ。木タイルのウォールデコレーションと調湿機能。

木目と木香を楽しむ、トイレ、寝室や浴室、化粧室、キッチンのための器具やインテリア。

再評価されている漆喰や木毛板をリ・デザインする。

◎快適道具のデザイン

金属トレイと木ブロックのアロマディフューザー、木(成長資源)と金属(循環資源)というタッグマッチの重視。

木の持つ香油や、花、葉や実の香りとの連携。

木の香りとおアロマのカクテル効果、アロマの調香、香る温度など、具体的な効果の使いこなしも考える。

◎空間の快適化・安全化

タワーマンションのための、安全で快適な家具のデザインは？

テラスは、庭は？ペットとの共存は？ テーマは広がる。

### ★自分好みの暮らし方実現

◎酒の楽しみ再考

日本酒の里新潟の酒好き職人が考えた、日本酒新時代のための酒器。

蔵付き酵母や花酵母の芳醇な香りを楽しむ、ふっくらとした酒器と、

淡麗さをスッキリと楽しむ、スツと飲める酒器のセットとか。

日本酒のオンザロックやハイボールのための酒器。水浸しの素焼き杯。

枘酒の木の香を楽しむ飲み方の拡大。白木の彫り込み盃とか。

日本酒を演出するボトル・クーラー&ウォーマー、花と合わせるボトルクーラーなど。

クラフトビール杯。

前割酒器、音楽共鳴酒器など。

◎ティータイム再考

トワイニングに習って、エディブル・ドライフラワーなどを用いた、新しいティーを楽しむ道具。

家元茶道ではなく、日常のお茶の楽しみ方の提案、お茶自分スタイルと茶器、スイーツ専用皿、コーディネートトレイなど、提案型セット。

- ◎ハサミ新提案。大人から子供まで、どこに指を入れても良い多孔オブジェ型のハサミ。  
テーブルクッキングのためのハサミ。食べるためのハサミ。  
料理演出用のクラフトハサミ。
- ◎料理のための工具レベルの加工力は？
- ◎指を大切に作る提案  
指先おしゃれ。指先保護・保温ツール。指先ピンセットなど指先道具。
- ◎火の楽しみ、光の楽しみ発見  
蠟燭一本のウォールアート、影絵ゆらり、偏光色アート。  
ハンディ火鉢。携帯ライティングで、どこでも居場所。  
イルミネーションインテリア。イルミネーション・スイーツプレートやパーティプレート。光のある花瓶、光のある家具。

### ★絵になるカタチ ★持つ、創る、育つ自分

- ◎テーブルセッティングのセットツール。歳時記など、変化するコーディネート・シリーズ。  
自分記念日用のテーブルセッティング・セット。二人セット。ファミリー・セット。
- ◎キューレーター発想の、現代アートを楽しむ酒器から家具まで。  
トミオカホワイト、ポロック、モンドリアン、アールデコの道具・家具。  
アーティストラベル的なモダンアート漆器。
- ◎壁面演出フラワー・タピストリー、毎月のシーズニングタピストリーなど。
- ◎コレクションアイテムとなる、美しさ至上主義のアート工具や道具。  
いくつか揃えたいシリーズ工具や道具。  
機構を楽しむスチームパンクな工具や道具。
- ◎生活の楽しみ方を大切に作る道具。  
自分記念日、家族記念日のための祝祭器。  
ダンスやランニングをより楽しくするダンシング・インスツルメント、ランニングリズムツール。
- ◎作る自分を元気づける、応援する道具。  
スイーツデザイン・ツール。刺繍やキルトなどの手芸用クラフト・パレット。ロードバイクメンテのガレージ・ボックス。  
ホビーやクラフトのためのセレクトボックスセットなど。
- ◎育つための道具、学ぶこと、人生再挑戦道具や体験システム
- ◎自分をアートする、新しいメイクなどの世界へ挑戦する道具。  
アートメイク、指や手首、足首のアートメイクと装飾物、ボディ・アートのツール。  
耳や髪のアートファッション・ツール。  
シューズのアート加工ツール。ウェアのアート加工ツール。