

「竹のビンテージ復刻版の開発」に関する共同研究

- 平成18年度企業ニーズ対応型研究事業 -

坂本 晃*・大橋重臣**・中臣 一**・清水貴之**・廣瀬慶子**

*竹工芸・訓練支援センター・**BAICA

A Joint Research Concerning "Development of Vintage Reprint Version of Bamboo"

Akira SAKAMOTO*・Sigeomi OHASHI**・Hajime NAKATOMMI**・Takayuki SHIMIZU**・Keiko HIROSE**

*Oita Prefectural Bamboo Craft and Training Support Center・**BAICA

要 旨

本研究事業では、開発グループBAICAとの共同研究との位置づけで、竹工芸・訓練支援センターが過去に開発保管している埋もれたグッドデザインから復刻開発を行い、9種9点の試作品を製作した。

1. 目 的

別府竹細工は昭和54年に、大分県で唯一、伝産法に基づき国の伝統的工芸品の指定を受けている。

しかし、別府竹細工は続く景気の低迷からの脱出を計ろうと懸命に努力しているが、長引く不況と安価な輸入竹製品などの影響により困難な状況にある。

しかし、根底にある低迷の原因は、変化してきた消費者ニーズへの対応ができていないため、商品魅力の鈍化が大きいのではないと思われる。

しかし、竹工芸・訓練支援センターの若手の竹工技術者を育成している中堅技術者養成研修のカリキュラムは加工技術が中心であるため、若い竹工芸家達のデザイン能力は、厳しい市場を乗り切るには十分なレベルにはなく、新しい開発デザインの質および量に限界がある。そこで、竹工芸・訓練支援センターが過去に開発し、時代を先取りしすぎたため日の目を見ず、保管されているデザインから復刻することにし、BAICAにはそのプロセスの中で高度なデザイン力および技術力を吸収しレベルアップを図り、現在、一過性の特注品が多いので、「普遍的価値」に留意した定番商品の開発により竹工芸産業の振興を図る。

また、従来とは異なるデザイン開発アプローチである復刻版を開発する手法を探る。

2. 研究内容

2.1 製品開発の手順

開発の手順の全体像は、Fig.1 製品開発プロセスを参照していただきたい。

復刻版開発の問題点および対応策を検討した。竹工芸・訓練支援センターの過去の開発デザインから選定し、それを現代の消費者の生活や嗜好にあわせリデザイン

を行うが、外部のデザイナー、流通の専門家、照明器具メーカーとの連携を重視して実施した。

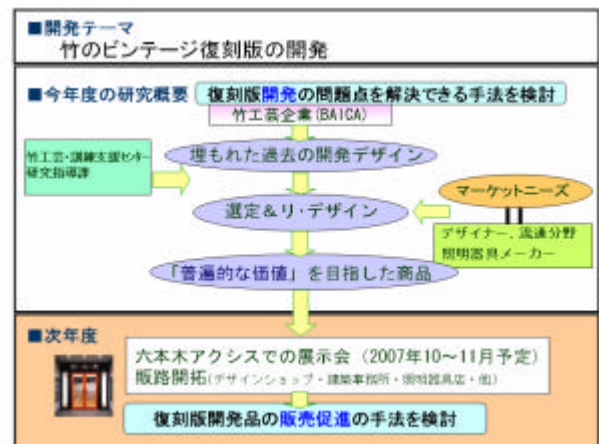


Fig. 1 製品開発の手順

2.2 開発の問題点

復刻版開発特有の問題点が含まれるため、どのような手法・システムにより解決できるかを検討した。

特有の問題点とは、埋もれたデザインをどこからどう入手するか、選定者の個人的好みではなくマーケットニーズに合うデザインをどのように選定し、またリ・デザインするかという2点である。

埋もれたデザインをどこからどう入手するかについては、過去の流通商品のデザイン、竹工芸・訓練支援センターの過去の開発デザイン等が考えられるが、モダンなデザインが多いことや収集の手間やトラブル回避から、今回は後者にした。

どのように選定し、リデザインするかについては、成否を分ける重要なポイントである。個人的な好みによって左右されないためには、実際に流通に身を置いてマーケット

ニーズに詳しい専門家の意見を取り入れるのが有効であろう。ただし、零細企業では予算がないため、専門家の意見を聞けない場合が多い。

その場合の有効な方法は、「デザイン開発プロセス」に沿って開発を行うことである。特に「市場と消費者のニーズ情報」を収集し検討することと、「ターゲット（購入想定者）の設定」の具体的認識を徹底させることにより、自分の好みを越えた検討が可能である。

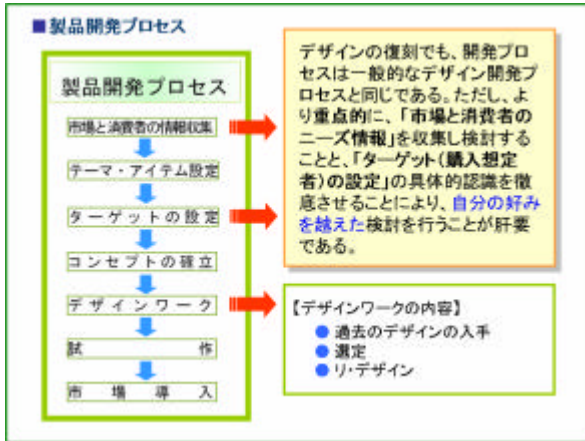


Fig. 2 製品開発プロセスとポイント

2.3 情報収集およびテーマ・アイテム設定

マーケティング情報の根拠となるデータは下記のとおりである。

17年度の新設住宅着工戸数は1,249,366戸。平成17年の新設住宅着工戸数は前年比では4.7%増であり、3年連続の増加。17年度の分譲住宅は370,275戸で、前年比6.0%増、3年連続の増加。(国土交通省 建設調査統計課) 1つの判断として、新設住宅の増加は照明器具需要の増加と言える。

2.4 対象となるターゲットの想定

欧米の先進的デザインであるイタリアモダンに代表される都会的インテリアを好む人々。自然素材に関心のある30代以上の富裕層とした。



Fig.3 ターゲットイメージシート

2.5 コンセプトの確立

開発の基本コンセプトは下記のとおりである。

普遍的価値を持つ竹製品を開発する。

数十年という長い年月の間、市場に出続けることができるもの作りを、素材・技術・デザインなど様々な面から判断していく。

過去にデザインされたもので、現在でも全くその価値を失っていないもの、つまり普遍的価値を内在するものを選定し複製する。

新しい素材や別の伝統技術に置き換えることにより、単なる複製にとどまらない、普遍的価値をさらに磨いた新しいものとして現代に甦えらせる。



Fig. 4 検討風景

2.7 試作および考察

打ち合わせを行いながら、9種9点の試作を行った。

(1) FREE BOX

昭和44年に竹工芸訓練支援センター（旧別府産業工芸試験所）でデザイン開発された「ちり籠」がベースで、形態を逆さまにしたバージョンも考案した。

コンセプトは、内側の底板をカラー合板にし、編組を際立たせ、明るい雰囲気を持たせた。小物入れやごみ箱として使用する。モダンでさわやかなテイスト。



Fig. 5 FREE BOX

(2) アプテニア

これは今回の復刻版開発のデザインではないが、客員
 研究員でもあるデザイナー城谷耕生氏による、オリジナル
 の新規デザインである。復刻版開発のご指導で生じた
 コラボレーションである。

コンセプトは別府温泉の噴気で竹曲げ加工を行い、縁
 のない画期的な編組を生かしたウォールライトである。

地獄蒸しという温泉の噴気を利用した料理法に使う
 噴気の竈で、型に入れた竹の編組を蒸して加工を行った
 ものである。



Fig. 6 アプテニア

(3) UNI

昭和47年に竹工芸・訓練支援センターでデザイン開
 発されたペンダント型照明器具。

コンセプトはウニの形態をモチーフに、ふっくらとし
 たラインを強調した、ペンダント照明器具。



Fig.7 UNI

(4) WAVE

昭和53年に竹工芸・訓練支援センターで開発され
 た盛り籠。

コンセプトは縁を変形させ波打たせた、円形の盛り
 籠である。イタリアのシンプルモダンなテーブルに合
 うような、モダンでさわやかなテイスト。

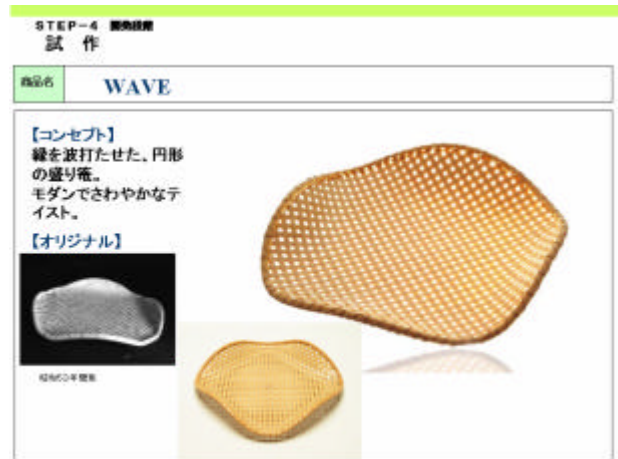


Fig. 8 WAVE

(5) PET CARRY

昭和55年に中堅技術者研修生がデザイン開発した
 もので、復刻にあたり開発者本人に許可を得て、さら
 に加工上のノウハウ等も指導願った。

コンセプトは以下のとおり。今やペットは家族の一
 員である。かわいいペットを運ぶのに、プラスチック製
 では味気ないし、おしゃれではない。こんなのがほしか
 ったと思わせる、キャリーバスケット。(リデザイン中)



Fig. 9 PET CARRY

(6) ハート(仮名)

これも復刻ではなく、イタリアミラノで活躍されてい
 たデザイナーの城谷氏を経由し実現したコラボレーシ
 ョンで、イタリア建築界モダニズム最後の巨匠、アン
 ジエロ・マンジャロッチェ氏から提案の新規デザイ
 ンを試作したもの。

当初、ペンダント型照明器具として試作を行ってい
 ましたが、フロア型ライトの検討も行った。

コンセプトは竹の曲がる特性を生かした、ハート型
 のふっくらとしたやさしい形の照明器具である。



Fig. 10 ハート (仮名)

(7) OVAL

昭和43年に竹工芸・訓練支援センターで開発された盛り籠。コンセプトは、使う人がわくわくするような、シンプルでモダンな美しい形態の盛り器。



Fig. 11 OVAL

(8) BAMBOO HAT

コンセプトは、透かし網代編みによる、モダンで涼しげな竹の帽子。



Fig. 12 BAMBOO HAT

(9) カサ (仮名)

これも復刻ではなく、イタリア建築界モダニズム最後の巨匠、アンジェロ・マンジャロッチィ氏から提案の新規デザインを試作したもの。

コンセプトは竹の直線性を生かした、傘型のシャープでモダンな形のペンダント型照明器具。



Fig. 13 カサ (仮名)

3. まとめ

本研究事業では、加工技術のノウハウについても、当時の開発者の話を聞くことができ、BAICAの若手竹芸家にとって貴重な体験であったと思う。また、客員研究員であるデザイナー城谷氏のアイデアで別府の温泉噴気を利用した成形法を開発したことも、すばらしい成果であった。

デザイン開発の手法として、埋もれたデザインの復刻という方法には、問題点もあるが解決方法を検討し、少ない努力で大きな効果を上げることができるということが確認できた。今回9種類、検討中も含め10数種類も開発できた。もし、復刻ではなく一からデザイン開発していたらその3分の1も開発できていなかったらう。

問題点とは、マーケットニーズにしっかり対応するには、個人的好みをいかに排除するかという点である。そのための有効な方法は、「市場と消費者のニーズ情報」を収集し検討すること、「ターゲット(購入想定者)の設定」の具体的認識を徹底させることであり、それにより自分の好みを越えた検討が可能となる。

今後、若い竹芸家の育成および起業において復刻版開発の手法はたいへん役に立つと考えられる。

商品化したものに関しては、販売ルートの開拓が今後の重要な課題である。竹工芸・訓練支援センターとしては今後とも引き続き協力していきたい。