

ザオー工業×ムーンラビットデザインスタジオ 金属製組み立て式玩具「ザオーブロック」

高い金型製作技術を持つBtoB企業が、自社技術を活用したBtoCの自社製品開発に挑戦。一般消費者にアピールするためのデザインと見せ方に取り組んでいる。

自社製品を開発したい

2017年秋の『東京インターナショナル・ギフト・ショー』で、人々の熱い視線を集めたのは、全長約1メートルの恐竜型の玩具だ。よく見ると、膨大な数の細かなアルミパーツがネジで組み合わされてできている。

これを作ったのは、東京・足立区で50年以上、金属プレス部品製造（金型製作・プレス加工・シルク印刷）、各種ネームプレート製作などで実績のあるザオー工業である。自社の金型技術を駆使し、新たに一般消費者市場を狙うため、初の自社製品となる組み立て式玩具「ザオーブロック」を開発した。ギフトショーで披露された恐竜は、そのフラッグシップモデルだ。「自分たちだけでは、ギフトショーでここまで人を驚かせる作品は作れなかったと思います。デザインコラボマッチングを通じて、今後の商品化に向けた道筋をつけることができました」とザオー工業代表取締役の鈴木国博さんは話す。

自社製品を開発したのは、2011年、足立区を含む城東5区が共催する「TASKものづくり大賞」への出品がきっかけだった。社員のアイデアで作った観覧車やブルドーザーが、思いがけず奨励賞を受賞した。その後、足立区主催の「もの



ザオー工業株式会社
代表取締役・鈴木国博さん

づくりフェスタ」で組み立て式玩具の子ども向けワークショップを開催したところ、「たくさん子どもたちが参加し、喜んでもらえた」という。「今の子どもたちは、ドライバーでネジを回すという機会も少ないはず。ネジで組み立てるおもちゃは情操教育にもよさそうだ」。手ごたえを感じた鈴木さんは、「受賞作品を改良して、自社製品を作れないだろうか」と考え、商品化を模索し始めた。

しかし、社内には消費者向けに「売れる」ものづくりの経験もノウハウもないうえに、本業との掛け持ちが社員の負担になっていた。企画は構想段階のまま5年が経過。社内の力だけでは限界があると判断した鈴木さんは、コラボマッチングに応募することにしたのだ。複数の候補者の中で、ムーンラビットデザインスタジオの野



ザオーブロックのフラッグシップモデル
Zサウルスブラック（上）とZサウルスレッド（下）



寄伸弥さんのプロフィールに目が留まった。野寄さんには、動物や恐竜をモチーフに大手おもちゃメーカーが展開する組み立て玩具のデザイン経験があった。

危機感が背中を押した

鈴木さんは、ギフトショーへの出展を念頭に、会場でアピールできるインパクトある作品を作りたいと野寄さんに相談した。すると、「それなら大きいものを作ろう。恐竜がいいんじゃない？」と野寄さん。過去の展示会では、社員が作ったミニ観覧車などを出品してきたが、会場



ではほとんど目立たず、素通りされるだけという苦い経験をしてきた。この頃はちょうど映画『シン・ゴジラ』が公開され、ゴジラブームが再燃していた時期。「恐竜はいいかもしれない」。鈴木さんは、会場で火を噴く恐竜を想像しながらそう思った。

とはいえ、正式に発注を決めるまでには葛藤もあったという。最大の要因は、「中小企業にとって決して安くはないデザイン料」だった。万が一、デザイナーとのコラボレーションが頓挫すれば、費用が無駄になるかもしれない。その不安は消えなかった。

それでも一步を踏み出したのは、このまま何もせず、手をこまねいていることへの危機感だった。鈴木さんはこう話す。「本業の請負仕事は、いつ何時なくなるかわかりません。自社製品を武器に自分たちで市場を作り、景気に左右されない会社になりたい。それを始めるのは、体力に余力のある今しかありません」。野寄さんに注文書を送った時、鈴木さんは前に進む覚悟を決めたのだ。

観覧車を作った若手社員の寺澤祐樹さんが、本業の傍ら恐竜型フラッグシップモデルの制作を担当することになった。鈴木さんは朝礼で、フラッグシップモデルの制作を「会社の事業として取り組む」と宣言し、ベテラン社員にも協力を依頼。ゴールとするギフトショーは1年後だった。野寄さんのデザインをもとに金型からアルミパーツを作成し、組み立てていった。途中、「うまく組み上がらないトラブルも発生した」（鈴木さん）が、2体の試作品を経て、なんとか2体の恐竜を完成させた。

「これはすごいな」。堂々たる恐竜の姿に、鈴木さんは思わず声を上げたという。ギフトショーの会場では、ザオー工業の組み立て式玩具に興味を持った複数のおもちゃメーカーからのアプローチもあった。「展示会で反響を得る」という目標は達成されたのである。

目標の共有が成功の秘訣

野寄さんとのコラボレーションは現在も継続中だ。2019年春の商品化を目指し、野寄さんに依頼したプロペラ機のデザインがすでに完成している。他にも、商品名である「ザオーブロック」のロゴデザインや商品ホームページの制作も野寄さんに依頼した。「野寄さんとは目標を共有できています。これが協働がうまく進んでいる理由だと思います」と鈴木さん。

野寄さんのことは、「デザインだけでなく、商品化の方向性についても親身になって助言してくれる頼もしい相談相手」と表現する。例えば、こんなことがあった。ザオーブロックを知人に見せたところ、「プラモデルに比べると再現度が低いんじゃないか」と指摘されたのだ。そのことを野寄さんに話すと、「ザオーブロックは、プロッ



観覧車は最初に社内で製作したモデル。ほかにもバイク、飛行機（赤・青）などのバリエーションがある

クだからいろんなものが作れる。飛行機なら飛行機しか作れないプラモデルとは目指す方向性が違う。だから気にしなくていい」と商品のポジションの違いを説明してくれたという。

商品開発に資金を投入したからといって、会社の新たな柱となるヒット商品に成長するかどうかは未知数だ。しかし、やり始めなければ、ヒット商品は生まれない。先行きが見通せない不安の中、一步を踏み出すのは決して簡単ではないが、「コラボマッチングがそのきっかけを作ってくれた」と鈴木さんは話す。



「第13回国際雑貨EXPO」に足立ブランドとして出展。展示パネルはデザイナーの野寄さんが作成した



同社はさまざまなワークショップに協力している。子どもたちの真剣なまなざしが印象的だ



ムーンラビットデザインスタジオ
野寄伸弥さん

ザオーブロックについて、まず「恐竜を作りましょう」と提案したのは、「アイキャッチャー的な役割を持たせる。見た人に組み立てる楽しさを伝える」というコンセプトでした。デザインは3Dソフトで行いました。ビスナットの制約やパーツが2,252あり、完成スケッチより組立図やパーツ図をザオー工業さんにデータで渡す時が、とても大変でした。組み上がった恐竜を見た時は、「よく組み立てたなあ」と、担当者の努力だと思いました。そして当初はなかった2体目を製作。担当者も楽しんでくれて嬉しかったです。いまはザオーブロックの展示会等のポスターやワークショップでの製品組立図の作成、既存製品のデザイン見直し、ホームページリニューアルなどのデザインを担当しています。デザインでザオー工業さんがユーザーに良い印象を持っていたらいい協力していきたいと思っています。