

商品開発における デザインって、 どういうこと？



My Policy

“ 「実際に手を動かして発想すること、期待を超える提案ができるよう心がけています」 (礼子氏)

「デザインの正解ってなにが正しいのかわかりませんが、自分のなかでは確信を持てるまで突き詰めてから提案するようにしています」 (敬文氏)

MEDIUM (ミディアム)

津留礼子と津留敬文によるデザインスタジオ。「ナイスなデザイン」を標榜し、社会と人、生産者と消費者など様々なものの媒質 (=ミディアム) として、プロダクトデザインの領域を中心に、商品企画・開発、展示、パッケージなどトータルなデザイン提案を行います。

色や形だけではないデザイン

MEDIUM・津留敬文氏、礼子氏は、葛飾区在住で地元に着したプロダクトデザイナーとして活躍している。お二人は、「企業とデザイナーでは立場が違うので、デザインに対する認識が異なることが多い。最初にとことん話し合っ、デザインをどのように捉えているかを探り、『デザイン』という言葉についての共通認識を持つことが大事」と声を揃える。

もちろん、依頼内容がはっきりしていれば具体的な提案ができるが、「なんとなく何かつくりたい」というあいまいな相談も少なくない。その場合は、「一緒に考えましょう」というスタンスでスタートする。そうして課題や問題点を探っていくと、結果として、色や形だけのデザインは必要ない場合もあるそうだ。「その企業のリソースを最大化するときにデザイナーができることは、単純に形をつくる以外にもいろいろあります。特に、イメージや世界観の醸成といったブランド構築、そしてどう売るかといった販売促進や販路開拓に関わることも増えていますね」と敬文氏は説明する。

中小企業においては、社内デザイナー不在でものづくりをしていることが多い。そのため、いざ自社製品をつくるとなれば、外部デザイナーと手を組み、ひとつのチームとして協業することが求められるのではないか。

「これからのデザイナーは、手を動かして成果物をつくるという『行為としてのデザイン』だけでなく、それによってなにが生み出されるかという『価値としてのデザイン』を提供していかなければならない。その意味では、デザインという言葉はより抽象的になり、デザイナーの役割はより広がってきています」(敬文氏)

楽しい渦から生まれるもの

企業の抱える課題は様々であり、デザイナーによって正解の導き出し方は異なる。その意味では企業とデザイナーとの出会いはお見合いのようなものだ。「モノを買うときは必ず比較検討しますよね。デザイナーを探すときも同じ。必ず過去の作品をみて、直接話をしたうえで、好きか嫌い、合うか合わないかを見極めてほしい」(礼子氏)。

MEDIUMは、「モノをつくるプロセスを楽しむ」ことを重視している。「一緒に悩んで、周りを巻き込んで『楽しい渦』をつくっていけると、結果としてうまくいくことが多い」と実感している。そのような企業とデザイナーとの『楽しい渦』(いい関係)から生み出されたプロダクト「withy」を紹介しよう。



MEDIUMが手掛けたレザー・プロダクト・ブランド「withy」。革の卸問屋ならではのバリエーションの豊富さで、老若男女に受け入れられるようなベーシックなデザインにした。

Case study | ウィズィ withy



A/ カードケースとマルチケース。革とPP（ポリプロピレン）をベルトで止めるシンプルな作りだからこそ、どんな革でも製品化できる。PPの構造は折り紙から発想を得たという。

B/ 商品化に向けては、ロゴやパッケージのデザインも重要な要素だ。アイテム自体の形が決まってから、最終的な商品になるまで、3カ月ほどかけてつくり込んでいる。

C/ 革とPPシートを、スナップロックで留めるだけで組み立てられる、デスクトップトレイ。3サイズが一組で、文具や小物など様々なものを整理することが可能。好みの色や革の質感を選ぶ楽しみがある。

「革」という素材のバリエーションを活かし、もっと気軽に普段使いができるモノができないか。そんな考えから誕生した「withy」。製造販売を手掛けるのは、浅草の革の卸である株式会社久保柳商店である。

MEDIUMとの出会いは、2015年2月に開催された「第1回町工場見本市 2015」だった。お互いが出展社として参加したなかで、相談を受けたのがきっかけだ。「凝った縫製や加工はせずに、革を抜くだけでなにかできないか」という依頼に応えるために、試作品をいくつも制作して検討。最終的には、異素材のPPポリプロピレンと組み合わせることで、

構造上・製造上の課題を解決することができた。

こうして生まれたのは、カードケース、マルチケース、デスクトップトレイの3種類のアイテムである。1年後の「第2回町工場見本市 2016」にて見本を発表、2017年3月に発売へとこぎつけた。

MEDIUMは商品開発だけでなく、コンセプト、ネーミングやパッケージ、WEBの制作まで一貫して手掛け、ブランドの立ち上げに関わった。まさに、革の新しい価値を創出したデザイン活用の好事例だ。