

# 福岡県家具ブランド力向上支援事業 製品企画力高度化支援事業における製品開発事例(その1)

## -オフィスデスク, デスクトップ周りの小物の商品開発-

石川 弘之\*1 隈本 あゆみ\*1 西村 博之\*1 青木 幹太\*2 酒見 史裕\*3 酒見 典広\*3 田中 敏憲\*4

### The Project with which it's Supported to Improve the Furniture Branding The Outline of The Project with which its Supported to Advance The Product Planning Capability and The Example Support Product Development Part1

#### -The Product Development for Small Items Around The Desktop and The Office Desk-

Hiroyuki Ishikawa, Ayumi Kumamoto, Hiroyuki Nishimura, Kanta Aoki,

Fumihiko Sakemi, Norihiro Sakemi and Toshinori Tanaka

県内家具製造業者は、国内外の同業他社との厳しい競争を勝ち抜くために、企業のブランド価値を高める必要がある。そこで福岡県では、県内家具製造業者や各専門分野の有識者からなる製品開発グループで製品コンセプトを構築し、公募で選定されたデザイン事業者にデザインの具現化を担わせて、試作を重ね製品化を行う「福岡県家具ブランド力向上支援事業 製品企画力高度化支援事業」を実施した。本事業に参加した(有)丸惣は、オフィスデスクを主力製品とする自社ブランド「FIEL」のラインアップを増やして、更にブランド価値を高めるため新製品開発に取り組んだ。(有)丸惣は外部有識者からの意見を取り入れて、オフィス作業をサポートする等のコンセプトを構築し、アハト(株)にデザインを担わせることで、オフィス向けゴミ箱「o-Ne」を開発し製品化した。

#### 1 はじめに

県内家具製造業者は、タンスや食器棚等の箱物家具を主力製品として大川地区を中心に成長してきたが、住居様式、生活スタイル、購買パターンの変化や、国外で製造した安価な輸入品等との価格競争の激化により、事業所数、従業者数、製造品出荷額等は10年前に比べていずれも減少している(工業統計調査票より算出した、福岡県の家具・装備品製造業の平成29年度における事業所数、従業員数、製造品出荷額は、平成19年度比でそれぞれ約39%減、約28%減、約24%減<sup>1) 2)</sup>)。このような中、県内家具製造業者が国内外の同業他社との厳しい競争を勝ち抜いていくためには、企業のブランド価値を高める必要がある。そのためには、顧客ニーズを的確に捉えてコンセプトを構築し、ターゲットを明確にした製品開発を行うことが必要となる。しかし、県内家具製造業者の約95%は従業員50人未満の事業者(約82%は従業員20人以下の小規模事業者)であり、製品企画、開発およびデザインの

部門を持たない、または1、2名の担当者しかいない企業がほとんどである。このように、県内家具製造業者は総合的な製品企画を行う専門的な人材が不足しているため、市場の動向や顧客ニーズ等を十分に調査した上で製品コンセプトを構築することが難しい状況にあり、他社製品との差別化を図った新製品開発ができず、売り上げは伸びない。一方、このような開発体制の課題を認識し、製品企画を行う力を強化し、売れる製品を開発できるように成長したいと考える企業は多い。

そこで、福岡県では平成30年度より、各企業のブランドの基幹となる製品の創出や、製品企画を行う力を強化することで、戦略的な製品開発ができる活力ある企業の育成を図ることを目的とした「福岡県家具ブランド力向上支援事業 製品企画力高度化支援事業」(以下、本事業という。)を実施することとした。本事業は、やる気を持った県内家具製造業1社1社に対して、製品コンセプトの構築から製品化までを一貫して支援する内容となっている。

\*1 インテリア研究所

\*2 九州産業大学 芸術学部

\*3 (有)丸惣

\*4 アハト(株)

## 2 方法

本事業は、「製品コンセプトの構築」から「製品化」までの過程において、一貫した支援を1年間で行うものである（図1）。まず、事業に参加する企業を公募にて3社募る（図1中の①）。参加企業は、九州産業大学芸術学部の青木幹太教授、インテリア研究所をはじめとする各専門分野の有識者で構成された製品開発グループの意見を取り入れ、「製品コンセプトの構築」を行う（図1中の②）。続いて、構築した製品コンセプトを具現化するため、プロポーザル形式の公募によって選定されたデザイン事業者が「デザイン」作業を担う（図1中の③、④）。そのデザインを基に試作品の製作を行い、試作品の検証を重ねることによって機能や意匠を洗練させ製品化へと導く（図1中の⑤、⑥）。以上が、本事業の参加企業に対する製品化支援の流れとなる（図1）。

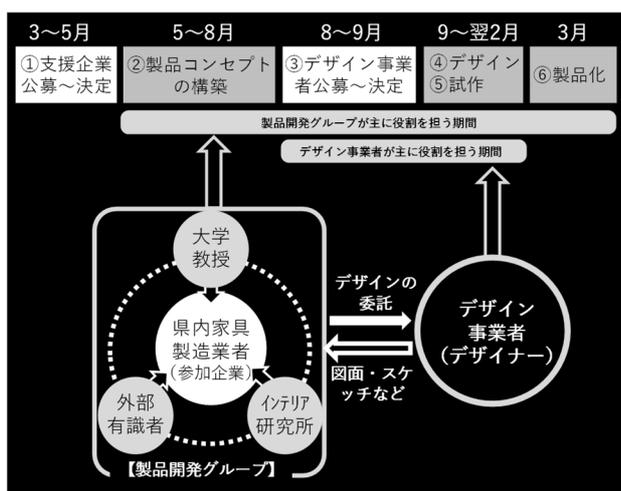


図1 本事業の製品化までの1年間の流れと、本事業に関わる有識者らの関係を示す概要図

## 3 事業の取り組み内容

### 3-1 製品開発の目的

本報では、本事業に参加した(有)丸惣(以下、丸惣という。)の製品開発の取り組みについて報告する。丸惣はこれまで、主にホームユース向けのタンス等の箱物家具を取り扱ってきたが、生活様式の変化による箱物家具市場の縮小や、国外で製造した安価な輸入品等との競争の激化により、箱物家具では今後安定した収益が見込めない状況であった（工業統計調査票より算出した、たんすと木製棚・戸棚の平成30年度全国出荷額の合計額は平成14年度比で約48%減<sup>1)2)</sup>）。新

規市場の開拓の必要性を感じていた丸惣は、以前オフィスの設計業務に携わった担当者の経験を聞いて、木製のスタイリッシュなオフィスデスクが市場にないことに着目した。そこで、丸惣は長年の箱物家具の製造で培った木材加工技術を生かして、木質材料を主な材料としサイズオーダーが可能という特徴を持つオフィス向けデスクを製品化できれば、オフィス家具市場を寡占するメーカーの製品との差別化が図れ、顧客を獲得できると考えた。2015年に丸惣は、装飾や凝った形状を排除し実用性とデザイン性を両立させた「シンプル」、「ミニマル」をコンセプトとする新しいオフィス家具ブランド「FIEL」（フィール）を立ち上げ、オフィス家具市場に向けた新製品開発に着手し、主力製品のFL1やFL3を代表とするオフィスデスク（写真1）を製造・販売している。



写真1 FIELのオフィスデスク

これらのオフィスデスクは、木製の天板と木製又は金属製の脚部から構成され、洗練された無駄のないシンプルなデザインが特徴であり、オフィス設計事務所等の顧客から好評を得ている。一方、オフィス設計者からは、オフィスでのデスクワークをサポートするデスクトップ周りの上質な小物製品が欲しいという要望があった。そこで、丸惣は本事業に参加することで、外部有識者の意見を取り入れてコンセプトを構築し、ターゲットを明確にした製品開発を実現できると考え、デスクトップ周りの小物の製品開発に取り組んだ。また、本事業に関わった製品開発グループおよびデザイン事業者は表1の通りである。

表1 製品開発グループとデザイン事業者

製品開発グループ	デザイン事業者
<ul style="list-style-type: none"> <li>九州産業大学 芸術学部 青木幹太教授</li> <li>有限会社丸惣</li> <li>インテリア研究所</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>アハト株式会社</li> </ul>

### 3-2 製品コンセプトの構築とデザイン事業者の選定

製品コンセプトの構築では、デスクトップ周りの小物の製品開発につながる丸惣の得意技術を確認し整理することからはじめた。その結果、長年に渡って、百貨店顧客向けの箱物家具の製造で培った、面材同士の接合面の隙間を限りなく小さくし美しいラインを作る技術や、高級な木材を扱うノウハウおよび、高品質の塗料を用いた塗装技術等が挙がり、これらの技術をデスクトップ周りの上質な小物製品の開発に活用できることを確認した。続いて、デスクワークで問題となっている事等について、製品開発グループで検討した（写真2）。



写真2 製品開発グループによる打ち合わせの様子

具体的には、デスクトップ上では作業中に文具が散乱しがちであること、OA機器の配線が作業の邪魔になる等がデスクワークでの問題点として挙がり、これらの問題を解決する製品の必要性を確認した。以上の情報を整理して製品コンセプトを構築し、構築したコンセプトに基づいた下記に示す内容のデザイン仕様書を作成し、これを基にデザイン事業者を公募した。

〈デザイン仕様書の主な内容〉

#### ○ターゲットとする購買層

- ・従前のオフィス什器に満足できない、独自性のあるオフィス什器を求める層
- ・デザイナーやエンジニア等、デザインに対する意識が高いクリエイター層
- ・設計事務所のオフィスデザイン設計者

#### ○主な製品コンセプト

- ・「ありそうでなかった」、「自分が使いたい」をキーワードに、FIELの木製オフィスデスクや有名ブランドのワークチェアと調和すること

- ・FIELの上質なクオリティを持ち合わせること

- ・デスクトップのノート等の文具を分類し、OA機器の配線を整理できる等、デスクワークをサポートする機能を有すること

- ・木質材料を中心に金属や樹脂、ファブリック等を組み合わせ、デスク上で使用できるサイズであること
- 公募の結果、複数のデザイン提案の中から、オフィスでのデスクワークをサポートする拡張性のあるデスクマットの提案内容やオフィスや宿泊施設の室内空間のプロデュースに実績がある点が評価されたアハト（株）（福岡市）（以下、アハトという。）を選定した。

### 3-3 デザイン事業者によるデザインと製品化

製品開発グループは、デザイン案を洗練させるためには、デスクワークをサポートする製品についての具体的なニーズを調査する必要があると考えた。そこでアハトの提案より、数多くの大手企業のオフィス設計を手掛ける東京のオフィス設計事務所に対して、オフィス家具市場におけるトレンドや、デスクワークを含めたオフィスにおける作業をサポートする製品に対して、どのようなニーズがあるか等を聞き取る調査を実施した。調査結果を以下に示す。

〈主な調査結果〉

- ・大規模オフィスは、一括発注によるコスト削減を目的に、導入するオフィス家具を大手メーカー1社を選択し一括購入する
- ・オフィスの規模に関わらず、ゴミ箱（隠し）やホワイトボード、コートハンガー等はデザイン性に優れた製品がない
- ・オフィス家具は素材の選定と価格設定が重要である  
当初、アハトのデザイン提案に沿って製品開発を進めていく予定であったが、これらの調査結果を踏まえて、本事業ではデスクトップ周りの小物製品ではなく、オフィス向けのゴミ箱を開発対象とした。オフィス向けのゴミ箱は、優れたデザインの製品が市場になく新たな需要を掘り起こせると考えたことや、小規模オフィスでも使用されること、丸惣の木材加工技術を活用できると考えたこと等が理由である。開発するゴミ箱のデザインの方向性を以下に示す。

〈調査結果に基づくゴミ箱の主な方向性〉

- ・本事業で開発するゴミ箱がターゲットとする購買層は、30人規模の小規模オフィスを手掛ける設計事務所とする

・樹脂製品は金型製作にコストがかかるため、使用する素材は木質材料、金属材料、繊維材料等とし、市場での競合する製品と競争できる価格帯（10万円以下）とする

製品開発グループとアハトは、これらの方向性に沿ってゴミ箱の意匠について検討し、デザインのブラッシュアップ作業を進めた。そして、アハトが複雑な面構成を持つゴミ箱のデザイン案を作成した（図2）。



図2 ゴミ箱のデザイン案(4体並べた図)

一般的な箱物家具は、面材同士は角度90°で接合されるが、デザイン案のゴミ箱は三角形や四角形からなる複数の面材が、様々な角度で組み合わせられる意匠となっている。丸惣は、この複雑な意匠を形にするため、異なる角度で接する面材同士の接合面の隙間を限りなく小さくして接合させる難しい技術課題を試作を重ねることで解決し、ゴミ箱を試作した。続いて、試作品のゴミの投入口の形状やゴミ袋を取り付ける仕組みの改良を行った。そして、丸惣は木質材料を用いて特徴的な意匠を実現したスタイリッシュなゴミ箱「o-Ne（オネ：製品側面の意匠が、切り立った山脈の尾根を連想させることから名付けられた）」の製品化を実現した（写真3、写真4）。「o-Ne」は、FIELの主力製品であるオフィスデスクと調和する点や、単体でも複数台並べても、空間を引き立てる意匠となっている点の特徴である。



写真3 o-Neの外観（単体での設置）



写真4 o-Neの外観（複数台並べての設置（左）、ゴミの投入口（右））

#### 4 まとめ

丸惣は、本事業に参加し製品開発グループの協力を得て、自社の得意技術や市場のニーズを把握して製品コンセプトを構築し、アハトにデザインを担わせることで「o-Ne」を製品化した。「o-Ne」は、自社の強みを生かした他にはない製品となり、現在、福岡県内および首都圏のインテリアショップ等の実店舗での販売のほか、オンラインショップでの販売も行っている。今後は、本事業で聞き取り調査を行った東京のオフィス設計事務所のコネクション等を活用し、全国に向けた営業展開を図っていく予定である。全国のオフィスに「o-Ne」が導入され、丸惣およびFIELの名が広くに認知されていくことで、丸惣のブランド力が向上していくことを期待したい。

#### 5 参考文献

1) 経済産業省：工業統計表 平成19年 概要版  
(2007) (オンライン)

<https://www.meti.go.jp/statistics/tyo/kougyo/result-2/h19/gaiyo/index.html>

2) 経済産業省：工業統計表 平成29年 概要版  
(2017) (オンライン)

<https://www.meti.go.jp/statistics/tyo/kougyo/result-2/h29/gaiyo/index.html>