

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 ー使い続けたいくなるデザイン桐箱の開発ー

楠本 幸裕*1 本 明子*1 井上 友子*2 藤井 博文*3 田村 渉*3 鈴木 康洋*4

The Project with which it's Supported to Improve the Furniture Branding. The Example Product Development by the Project with which its Supported to Advance the Product Planning Capability

- Development of Paulownia Boxes with Design to Continue User Using -

Yukihiro Kusumoto, Akiko Moto, Tomoko Inoue, Hirofumi Fujii, Wataru Tamura and Yasuhiro Suzuki

株式会社増田桐箱店は 90 年以上続く老舗の桐箱メーカーであり、贈答品などのパッケージ桐箱をメイン商材にオリジナルのプロダクトを手がけている。メイン商材であるパッケージ桐箱は中に入る商品が主役であり、桐箱はすぐに捨てられてしまうことが多く、デザイン性を持たせて長く使い続けてもらえる桐箱を作りたいと考えていた。そこで、「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」に参加し、デザイン性の高い製品開発に着手した。その結果、「桐箱になじみのない 20～30 代に向けた、レーザー加工や印刷等で加飾され、これら世代が目を惹くデザインの桐箱 3 サイズ（大・中・小）」というコンセプトを構築し、スーパーユーデザイン株式会社のデザインを基に試作を行い、「DOT BOX」として製品化した。

1 はじめに

本報告は、「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）における株式会社増田桐箱店（以下、「増田桐箱店」という）の製品開発の取り組みを報告する。本事業の目的や概要については、令和2年度研究報告掲載「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）」¹⁾内の「1 はじめに」と「2 方法」を参照されたい。また、本事業において増田桐箱店の製品開発に関わった製品開発グループ及びデザイン事業者のメンバーを表1に示す。

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
・九州産業大学 芸術学部 井上友子教授 ・株式会社増田桐箱店 ・インテリア研究所	・スーパーユーデザイン株式会社

2 事業の取り組み内容

2-1 製品開発の目的

増田桐箱店は、主力として贈答品向け等のパッケージ桐箱を製造する傍ら、各種特殊印刷機（UV、シルク、箔押し等）やレーザー加工機などを導入し、オリジナルや他社とコラボしたプロダクトも手掛けている（図1）。メイン商材であるパッケージ桐箱はあくまで中身が主役であり桐箱は捨てられてしまう。増田桐箱店では、パッケージ桐箱にデザイン性を持たせて、その後も2次利用として使い続けてもらえる桐箱を作りたいと考え、本事業により一般消費者向けの「デザイン性の高い桐箱」を開発し、事業後にパッケージ桐箱へ展開することとした。



図1 増田桐箱店パッケージ桐箱及びプロダクト例

2-2 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は増田桐箱店が中心となり、製品開発グループが適宜サポートする体制で進められ

*1 インテリア研究所

*2 九州産業大学

*3 株式会社増田桐箱店

*4 スーパーユーデザイン株式会社

た。今回開発する製品の形状はベーシックな桐箱とし、増田桐箱店の独自の加飾技術（レーザー加工、及び UV、シルク、箔押し等の特殊印刷）を活かした、桐箱になじみのない世代へ高い訴求力を発揮するデザインをデザイン事業者に求めることとした。ターゲット層は、「桐箱になじみのない 20～30 代」とし、製品コンセプトは「レーザー加工や印刷等で加飾され、ターゲット層が目を惹くデザインの桐箱 3 サイズ（大・中・小）」とした。

次に、製品開発グループはデザイン仕様書の作成に取り組んだ（図 2）。デザイン仕様書とは、デザイン事業者に委託する製品デザインの内容を詳細に記載するものである。開発グループで議論を重ね、「世界に届け！使い続けたくなるデザイン桐箱」という開発テーマを設定し、これに基づいてデザイン事業者を全国から募集した。

(デザイン仕様書の主な仕様)	
<u>基本仕様</u>	
・直方体、又は立方体の桐箱	
・桐箱の特性を生かした用途と、それに応じた寸法	
<u>ターゲット</u>	
・インテリアに興味があるが桐箱になじみがない 20～30代	
・大切なものを桐箱で良い状態で収納したい	
・家庭やオフィスでお洒落にものを収納したい	
<u>デザイン</u>	
・レーザー加工（カット・彫刻）による加飾	
・印刷による加飾も可（シルク、箔押し、多色 UV、焼き印）、組み合わせ自由	
<u>バリエーション</u>	
・大、中、小 3 パターンのサイズ展開	

図 2 増田桐箱店のデザイン仕様書の概要

公募の結果、6 社から 6 件の提案が寄せられ、その中から最もコンセプトに合致し、生産性が高く、長期的な展開を見込める、増田桐箱店のアイコン的商品の可能性を秘めたデザインを提案したスーパーユーデザイン株式会社（東京都）の「DOT BOX」（図 3）が審査会によって選定された。

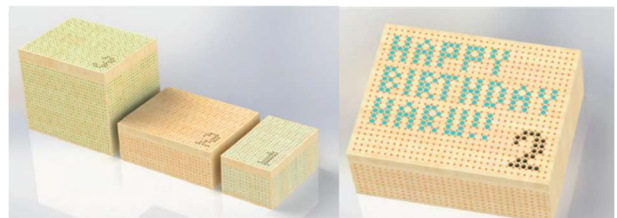


図 3 スーパーユーデザイン(株)が提案した「DOT BOX」

2-3 デザインの具現化(製品の製作)

① ドット模様の詳細仕様

スーパーユーデザイン株式会社が提案した「DOT BOX」は底を除く全面に菱形のドット模様が等間隔に配置されており、これを目安にユーザー側で市販の丸シール等を貼り付けた自由なデコレーションが可能なデザインであった。図 3 の右がその例である。ドットの詳細な仕様は試作と確認を繰り返して決定した。寸法はターゲットである 20～30 代への訴求効果を狙い、ポップな印象を持つ 3 mmとした。色展開も同様にターゲットを意識して暖色・寒色・無彩色の 3 パターンで、桐の木地が鮮やかに見え、かつWEBショップ等画像でも美しく見える組み合わせを決定した(表 2)

表2 決定した「DOT BOX」の色展開

カラー	C M Y K
PANTONE 16-5127 TPG	100% 0% 0% 32%
PANTONE 15-1164 TPG	0% 43% 88% 0%
ホワイト	0% 0% 0% 0%

② 全体の寸法

前述のとおり「DOT BOX」は大・中・小の 3 サイズ展開としている。寸法は、中サイズを「A4 ファイルサイズが楽に入る」かつ「輸送用段ボールへの収まりが良い」という基準で決定し、これを基準に大と小のサイズを決定した。提案時は、各サイズを積み重ねたり並べたりした際に美しくなるよう、一辺の寸法を統一した設計であった。使用上のメリットから、小サイズについては、大、中サイズの中に収納可能な「入れ子」式に修正した。

以上の 2 点の課題解決を経て「DOT BOX」の製品化に至った（図 4）。

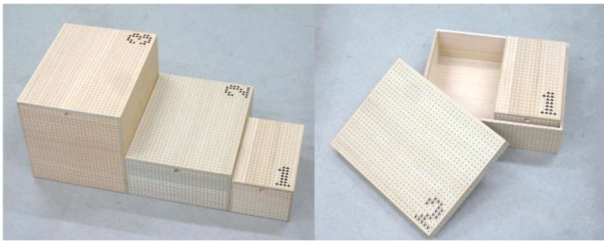


図 4 完成した「DOT BOX」

「DOT BOX」は、意匠権の保護を目的として増田桐箱店と福岡県が共同出願し、ドットの色を指定しない全体意匠として出願・登録された²⁾。

2-4 考察

今回の増田桐箱店の製品開発において他の企業と比較して特徴的であったのは、「桐箱」という形状や素材が厳密に定められた商材が対象であった点である。一般的な桐箱は直方体でデザインの自由度が低い。加えて、市場には安価な競合品が多く、増田桐箱店の製品を選んでもらうためには、単なる箱としての機能を越えた付加価値が不可欠であった。

これらの課題に対し、我々は、箱の形状自体ではなく「表面の装飾」をデザインの中心に据え、提案寸法の根拠や桐箱の特徴（調湿効果・高級感）を活かす収納用途のアイデアの提供をデザイン事業者に求めた。デザイン仕様書はデザイン事業者に全てを委ねる形となったが、敢えて課題を与えることでデザイン事業者の創作意欲を掻き立て、結果的には過去に NIKAWA 事業に参加した経験を持つ優秀なデザイン事業者とのマッチングに成功した。

これらの結果を踏まえ、今後のデザイン仕様書や製品開発では、以下2点の工夫が必要であると考ええる。第一に、今回のように形状や素材に強い制約がある商材の場合、デザイン仕様書に「なぜその寸法なのか」といった具体的な問いかけや、「素材の特性を活かした付加価値の創出」という課題を明確に提示する。これにより優秀なデザイナーとの出会いに繋がる可能性が向上する。第二に敢えて難しい課題を提示する。多少難しい課題であっても能力の高いデザイナーは応募することが明らかになったことから、デザイナーの創造性を刺激し、より革新的なデザインを引き出すことは重要なポイントであると考えられる。

3 まとめ

増田桐箱店は本事業へ参加し、製品開発グループの協力を得て、「桐箱になじみのない20～30代に向けた、レーザー加工や印刷等で加飾され、これら世代が目を惹くデザインの桐箱3サイズ（大・中・小）」という製品コンセプトを構築した。更にそのコンセプトに基づいたデザインをスーパーユーデザイン株式会社が担当して「DOT BOX」を製品化した。

事業終了後、増田桐箱店は、ワークショップイベントを皮切りに「DOT BOX」に対するプロモーション活動を開始しており、今後の販売につなげていく計画である。

4 参考文献

- 1) 石川 弘之，隈本 あゆみ，西村 博之，青木 幹太，酒見 史裕，酒見 典広，田中 敏憲：福岡県工業技術センター研究報告，No30，pp. 21-24(2020)
- 2) 意匠登録第1823586号