

女性の視点から発想した新しい製品提案

－新しい木製履物の開発支援－

齋藤和哉*1 篠塚雅子*1 本庄恵美*2 中野睦子*2
高木美智子*2 田畑恵*3 望月聡美*4 寺門秀人*5

1. はじめに

財布のひもは女性が持つと言われ、また、製品開発については消費者のニーズ取り込みが必須である。以上の点から『女性の要望を加えた商品開発・展開の必要性』が重要となる。そこでセンターの部門間横断連携の基に、女性職員を中心とする技術提案活動を実施した。

本活動は、当センターとの共同研究や企業支援による試作開発など製品化の一手前なものに対し、意見交換などを通じブラッシュアップを行い、より消費者に受け入れられる製品にすることを目標とする。職員の持っている技術と、一消費者としての視点から新しいライフスタイルをも考慮した製品提案を、ネット（メールや電子会議室）などを活用し自由に討議する活動を行った。

2. 事業の進め方

事業フローを以下に示す。企業および当センターの担当職員（当該企業との共同研究担当者など）を交え、意見交換や企業訪問などを行いながら、改善内容をまとめ、提案するという形をとった。

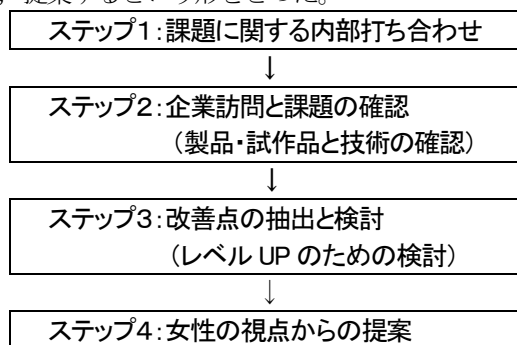


図1 事業フロー

3. 具体的な支援課題と事業目標

新しい木製履物の開発支援について、県デザインセンターと協力し、実施した。

当初は、現在の主力製品である、女性用の現代版桐下駄のブラッシュアップまでを目標としていたが、現有製品にこだわらない、新しいデザイン提案を企業より求められたことから、デザイン提案からモックアップ製作までを今年度の事業目標とした。

4. 事業報告

(1)課題に関する内部打ち合わせ(ステップ1)

企業が現代版の桐下駄の改良を希望していること、そのために販売ターゲットとなる女性の意見が欲しいということをチーム内の共通認識として持ち、開発支援をスタートした。

(2)企業訪問と課題の確認(ステップ2)

桐下駄の製造工程を見学するとともに、現有製品に触れその試し履きなどを行い、桐下駄に関する知見を深めた。また、企業との意見交換を実施し、課題を再確認した。

(3)改善点の抽出と検討(ステップ3)

現有製品を借用し、それらに関する率直な感想や改良ポイントなどをまとめ報告した。その際、現有製品にとらわれない新しいデザインの提案を求められ、引き続き検討を加えていくこととなった。

(4)新デザインの検討とモックアップ製作(ステップ4)

①商品傾向調査の実施

新しいデザイン案作成の参考とするため、女性向け雑誌やホームページなどから、木製履物の主たる着用期間となる春夏期の女性用履物に関する、商品傾向の調査を実施した。また、調査報告としてまとめ企業に提示した。

②デザイン案の作成

商品傾向調査結果をふまえ、自分だったらこんなものが欲しいという女性の視点からデザイン案を作成するとともに、モックアップの作製を行うためにデザインの絞り込みを行った。

③デザインの具現化

絞り込んだ数点をモックアップの作製へと結びつけた。作製したモックアップをそのデザインコンセプトとともに企業に提案した。



図2 現有製品に関する意見交換、履物傾向調査

5. まとめ

県デザインセンターと連携し、女性の視点を生かした、新しい木製履物に関する開発支援を実施した。

はじめに現有製品の改善に関する提案を実施した。続いて新しいデザインについて検討し、デザイン案からモックアップの作製および企業への提案を行った。

H18年度は製品化を目指し、モックアップから企業の試作へと展開していく。さらに、試作品に関するブラッシュアップを実施し、その販売方法についても検討を加えていく予定である。