

# デザイン思考を用いた新たな価値を有する家具製品の開発 (第3報)

佐藤彰 辛川洋介 平倉茜 川口比呂志

令和3年度

## 背景および目的

成熟した家具市場では、潜在ニーズを発掘し、これまでにならぬ新たな家具を開発することが重要であり、そのためにはデザイン思考の活用が有効と考えられる。しかし、デザイン思考で最も重要な初期プロセスを県内の家具メーカーが的確に実施することは難しいという課題がある。そこで、本研究では当センターにおいて初期プロセスを実施し、新たな価値を有する家具開発の視点やアイデアを家具メーカーに提案し、企業との製品開発をととしてデザイン思考の導入促進を図ることを目的とする。

## 研究内容

諸富家具産地の製品が少ないライフステージ及び種々のライフスタイルの変化を起点にデザイン思考の初期プロセスを実践し、新たな視点や事実に基づくアイデアの創出、プロトタイプ製作を行ない企業に提案し製品開発を行なった。

## 研究成果

前年度に提案した熟年期のライフステージを対象とした開発製品とキッチン周りの収納を対象とした開発製品及び女性の化粧を起点にした開発製品について、フィードバックを受けて再度デザイン思考のプロセスを実践し、アイデアの創出とプロトタイプの製作を行ない企業に提案した。さらに、都心回帰を起点にした狭小空間向けの製品開発とペットブームを起点にしたペット関連製品の開発に新たに取り組む、アイデアを創出しプロトタイプを製作して企業に提案した。その結果、複数のアイテムが商品化されるに至り、産地企業へのデザイン思考の導入を進めることができた。

### ➤ アイデアを創出しプロトタイプを提案した製品開発の事例（一部）

#### (1) 熟年期のライフステージを対象とした製品開発

夫婦が一つの空間にいながらも個人の行動には集中したいのではないかとこの仮説から、一つの空間を緩やかに仕切るための仕切りを提案し、これを基にした机と組み合わせた新商品を企業と開発した（図1）。

#### (2) キッチン周りの収納を対象にした製品開発

常時使用する調理器具や家電は仕舞い込まずに出しておきたいのではないかと、また、冷蔵しない食材やキッチン用品なども整然と仕舞い込む収納ではなく、自由に大ざっぱに収納したいのではないかとこの仮説から、置く、並べるに特化したフレキシブルに使えるキッチンボードを提案し、これを基にした新商品を企業と開発した（図2）。

#### (3) 狭小空間を対象とした製品開発

毎日使うものはすぐ手に取れるように仕舞い込まずに近くに収納したいのではないかとこの仮説から、仕舞い込むのではなく、置いておく棚とすることですぐ手に取れるようにし、棚を縦方向に階層的に配置することで床面積を少なくするアイデアを創出して提案し、現在、企業で商品化に向けた検討を行なっている（図3）。

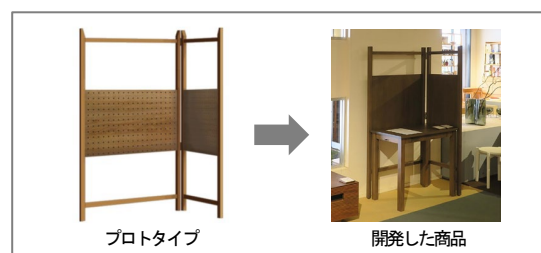


図1 仕切りのプロトタイプと開発した商品

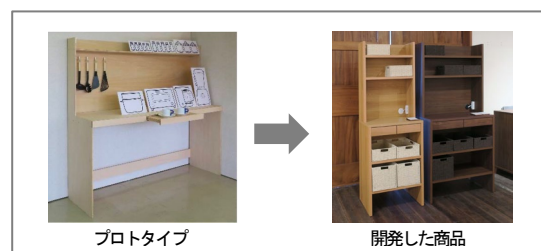


図2 キッチンボードのプロトタイプと開発した商品

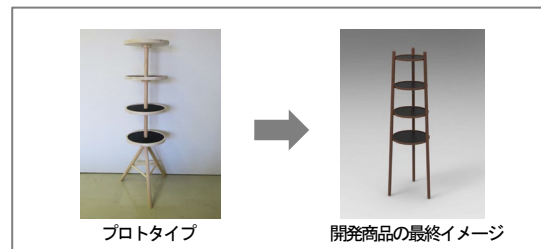


図3 スタンド型収納のプロトタイプと開発した商品