

ONE STEP REPORT

2014年度 静岡県作業所連合会・わ 主催
授産製品デザインクリニック
「ONE STEP PROJECT」開催報告書

ONE STEP REPORT 2015年4月発行 企画・発行 静岡県作業所連合会・わ / TAKT PROJECT
ワークショップ運営 TAKT PROJECT | デザイン TAKT PROJECT
特定非営利活動法人 静岡県作業所連合会・わ 〒420-0856 静岡県静岡市葵区駿府町1-27 勝山ビル
TEL : 054-275-0070 MAIL : info-sswa@ssrwa.org

Vol.3

「伝わる」デザイン

ONE STEP PROJECTって何？

What is ONE STEP PROJECT?



HOP STEP JUMP! JUMPを目指す3年目!

ONE STEP PROJECTは、静岡県内152箇所の作業所が加盟する「静岡県作業所連合会・わ」主催、デザインファーム「TAKT PROJECT」が企画・運営を行う、授産製品開発の活性化を目的とした活動です。

2012年度からの継続した活動であり、本年度で3年目を迎えました。2012年度は「いいデザインって何だろう」というテーマのもと「いいデザインには目的がある」事、そしてその目的をベースに具体的な色/形に落とし込む事全体がデザインであると学びました。

2013年度は「デザインの起・承・転・結」というテーマのもと、2012年度に学んだ「デザインの目的」を、具体的な「形」にするための方法や考え方を学びました。

そして今年は、「形」として完成した商品の魅力をお客さんに届けるために、パッケージや商品ディスプレイまで含めた、商品の魅力をより強くお客さんに「伝わるデザイン」というテーマで活動を行いました。

今年は、東部、中部、西部、各会場1部構成での参加型ワークショップに加え、2回目に合同開催で売り方・魅せ方の改善の合同品評会を開催しました。また、フェアトレード団体ネパリ・バザー代表の土屋さんによる講義や、プロの目として、静岡県を中心に四季の暮らしを彩る和の品を販売される「四季彩堂」の三井さんをゲストに迎え、土さんと共に講評を頂きました。

このように、2014年度のONE STEP PROJECTは、より売り場視点でのデザインに注力して活動を行いました。

*活動が評価され、ONE STEP PROJECTは2013年度グッドデザイン賞を頂くことができました。

Start with purpose.

Sheet A

デザインの目的分析



自施設製品について教えてください。

Q1

商品のセールスポイントを教えてください。

Value
【商品が持つ価値】

Q2

どのような人が購入してくれると思いますか？

Target
【商品のお客様】

Q3

似たような商品が他にありますか？
ある場合、自施設品と違う点を教えてください。Only
【商品の唯一性】

目的からはじめるデザイン。

「デザインがいったいどういうことでしょうか？」
「かっこいい物!」「センスがいい物!」「おしゃれ、
といった感覚的な意見が数多く聞こえてきます。
これはどれも正解ではありますが、ではどうした
らそのような物が作れるのでしょうか？

ONE STEP PROJECT にとって、1年目となる 2012年
度は「いいデザインには目的がある」と題して、デ
ザインが感覚的な事からの出発ではなく、しっか
りとした「目的」を持つ事から始まる事を学びまし
た。買い手は、色/形を通じて、製品の魅力を感じま
す。そしてこの魅力の原点がデザインの目的とな
ります。デザインを良くしたいと思うと、どうして
も見た目が気になりますが、作り手として、色/
形を考える前に、色/形を通じて買い手にどのよ
うな魅力を感じてもらいたいのか?何を表現したい
のか?しっかりと考える事が大切なポイントです。
そのような視点にたち、デザインの目的に立ち戻
りながら、製品の魅力をもう一度考えてみるこ
とが重要です。改めて、自施設製品の目的を分析する
事から始めます。

目的を形へ。2013年度の振り返り。

About the "guide line for design".

Sheet B

デザインの起・承・転・結分析



Q1

強調した点を教えてください。

製品について

お店について

Q2

削ぎ落とした点を教えてください。

製品について

お店について

Q3

味付けた点を教えてください。

製品について

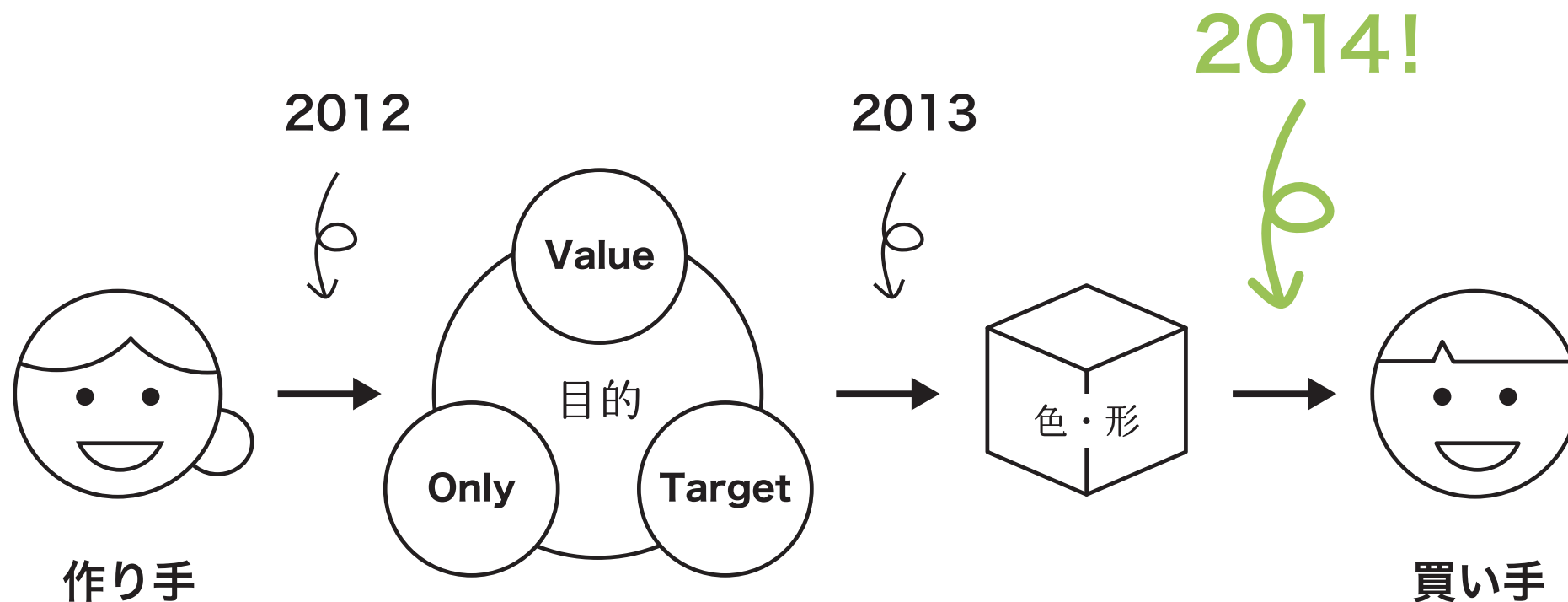
お店について

色・形をつくる指針。 デザインの起・承・転・結。

改めてデザインの目的を整理したうえで、色/形としてデザインの目的を表現できているかどうかを確認します。色/形を決める事は、無限の可能性から表現を選択して作り上げる事です。ここに、一筋縄では行かない大きな壁、デザインの難しさを感じるのではないのでしょうか? 残念ながら、デザインの目的が明快でも、色/形が「自然」に決まる訳ではありません。正解も一つではありません。昨年度は、そんな迷いが多いこのステップに対して、色/形を決め易くする、指針となる考え方を学びました。

物語を書く際に使う「起・承・転・結」のように、デザインする際に指針となる「デザインの起・承・転・結」です。「デザインの起・承・転・結」とは「強調する」「削ぎ落とす」「味付ける」この3つの視点を大切に色/形を考え、検証することです。言葉だけではびんとこないかもしれませんが、この指針は、初年度に学んだ「デザインの目的」と結びつけて考える事が出来ます。「デザインの目的」と「デザインの起・承・転・結」の結びつきを確認しながら、自施設製品について改めて分析しました。

Design strong communication between product and customers.



「伝える」から「伝わる」へ。商品の想いをお客さんに届ける。

想いを込めて作り上げた製品もお客様にその良さが届かなければ、購入にはつながりません。製品を購入して頂くためには、その魅力を伝える必要があります。魅力が伝わる売り方とはなにか?どこで、どのように販売し、誰に買ってもらうのか?

製品の売り場を考える上でも今まで学んできたvalue/only/targetといった3つのポイント、そしてデザインの起承転結が鍵になります。製品の魅力の伝え方について学び、より多くの販売に繋がられる事を目指します。

様々な事例を分析しました。

実際のパッケージや売り場を分析し、どのような工夫が「伝わるデザイン」を生み出しているか理解を深めました。



「value」：オーガニックコットンを使った肌触りの
「only」：1点ものの柄
「target」：使用感に気を遣う女性
「強調する」：吊り下げてディスプレイし使用時のイメージを
「削ぎ落とす」：シンプルなバーに吊り下げて余計な装飾をそ
「味付ける」：植物を近くに置き、オーガニックな雰囲気

自施設の事例を分析してみる。

Let's analyze the current state.

Sheet B

デザインの起・承・転・結分析



Q1

強調した点を教えてください。

製品について

お店について

Q2

削ぎ落とした点を教えてください。

製品について

お店について

Q3

味付けした点を教えてください。

製品について

お店について

「伝わるデザイン」か？ 改めて検証してみる。

売り場のデザインと商品のデザインは、それぞれ独立して切り離して考える物ではなく、あくまで「デザインの目的」に立ち返って考えるべき物です。また、それを見える形として表現するには、「デザインの起・承・転・結」という視点が、商品の色／形を考えるのと同じ様にここでも利用できる事を学びました。このような視点で、改めて売り場のデザインを検証しました。そうすると、無意識に決めていた、POPのデザインや、商品の並べ方、並び順まで、色々な所にもっと工夫が出来る事に気がつく事が出来ます。

自分施設の商品をもう一度見つめ直してみましょう。



1. まずは分析シートに沿って「商品」「売り方」両方について分析して行きます。2. それぞれの分析をグループで共有。TAKT PROJECTのメンバーも一緒に議論して行きます。3. TAKT PROJECTのメンバーも、それぞれの分析についてコメント。

1 2

3

4

5

6

4. グループで共有する事で、施設の問題点を施設の壁を越えてみんなで考える事が出来ます。5. 議論が白熱していきます。6. TAKT PROJECTのメンバーからは少しづつデザインのアドバイスが。



改善を持ち寄りました。

Gathering outcome and voting for one which you like.



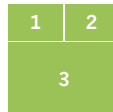
多くの成果が集まりました。

東部、中部、西部の施設のみなさまが一堂に会して、それぞれの商品を持ち寄り、そして、ディスプレイを行いました。

改善を持ち寄り、品評会を行ないました。



1.各施設工夫を凝らして商品を陳列しました。2.ポップや敷物、色の組み合わせに工夫が現れます。3.改善の工夫や苦勞をみんなで共有しました。

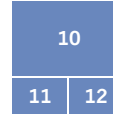


4.いろいろな意見交換が出来るのが魅力です。5.「置く」から「魅せる」へと意識の変化が現れます。6.場所一杯に世界観が表現されています。





7. TAKT PROJECTのメンバーから質問やコメントを。8. 色々な意見が飛び出します。9. とても素敵な染め物の商品群。ポップの雰囲気も商品をうまく引き立てています。



10. 丸太を使った什器が個性的です。11. 改善の工夫や苦勞をみんなで共有しました。12. プロのに、専門的なアドバイスを頂きました。(詳細は26ページへ)



みんなで審査した結果は？

Let's diagnose a product.



魅せ方がいいね！1位 三ヶ日たちばな授産所 平澤文彦さん

西部地区

商品ディスプレイをするにあたり考えたことは、彼ら・彼女ら(商品が)にとって、そこにいたい場所(販売スペース)であるかどうかということを重点的に考えました。

うちの商品のイメージ、存在は何なのか。伝えたいことは何かなど。色々と考え統一感を持たせたつもりです。

また、すべてのショップカードや販売ボード、商品パッケージなど手をぬかないこと。彼ら・彼女らがそこで楽しく、輝け、くつろげる場所を作るか。それが、ディスプレイだと思いました。すみませんあつく語りました…



平澤 文彦 さん

魅せ方がいいね！2位 もくせい苑 小野田栄子さん

東部地区

今回初めてデザインクリニックに参加させていただきました。自分で売り場を考えた時に頭に浮かんだのは稲刈りの風景です。牛に稲をかけるように製品を見せようと思いました。楳の葉の美しい緑と枝に惹かれて麻ひもで縛った土台にしました。良かった点は材料費がかからないことと形が自由に変えられることでした。講師の先生方から「製品を全部掛けてしまったせいでせっかくの木の良さが見えない。」「実際にどんな風にするか(水筒やお弁当箱を入れるとか)分かるよ良い。」「スナップが固い。」と講評をいただき 自分の思いばかり強くて買い手の側に考えがいたらなかった事がよく分かりました。今回の研修で◎色、形からではなく目的を決めてからカタチあるものにする。◎売り場は商品のプレゼンテーションの場ということを学ぶことが出来ました。ありがとうございました。



小野田 栄子 さん

魅せ方がいいね！3位 ワークショップくるみ 馬淵友梨薫さん

西部地区

研修を通じて売り方、見せ方の勉強をさせて頂きました。

遠州に伝わる遠州綿紬をより良く見せる事。また魅力を伝える方法を一緒に考えて頂き、アドバイスの元、見せ方がいいねの受賞を頂きました。

各研修とても分かりやすく、商品に対して難しく考えてしまう私を、遊びの中でのアイデア重視と教えて下さり毎回ウキウキ、ワクワクした研修でした。

今後も勉強させていただいたことを販売の方法に盛り込んでいき楽しい販売所を目指していきます。ありがとうございました。



馬淵 友梨薫 さん

商品いいね！の審査結果は？

商品いいね！

1位



商品いいね！1位 三ヶ日たちばな授産所 平澤文彦さん

中部地区

商品は生き物です。それがすべてです。ひとつひとつ共通性を持たせ、どうアピールするか。好きな人(お客さん)にどのようなアプローチをすれば可愛く、そして格好良く見えるかそれがすべてです。俺はイラストレーターやデザインなど、まったく知りませんでした。ただタクトに出会い。挫折を味わい。その悔しさが今にあります。

デザインクリニックで1位になれて賞状も盾もないけど(笑)あんなに気持ちよかったことはないです。宝くじで1万円当たった以来です。こんなに充実した日々くれたタクトや授産部会、各施設のみなさん本当にありがとうございました。貴重な財産になりました。俺は、もっと高い頂きに行きます。三ヶ日たちばな授産所のゼロアートとともに……見てろよタクト&安間!



平澤 文彦 さん

商品いいね！2位 グレース工房 出口茂樹さん

西部地区

「以前は陶器と言えば食器という安易な発想からどこにでもありそうな、お皿やカップ等を特に考えもなく作っていました。実際にはそれらは殆ど売れず、陶器製品作りに悩んでいました。

デザインクリニックでは、商品の持つ価値、ターゲット、唯一性と言う3つの視点を持って商品作りをしていく事の重要性について講義頂きました。それからまず若い女性をターゲットにした陶器アクセサリを作り、次のステップでは、モチーフを花だけに(強調する)グレーの色味をラインナップから外す(削ぎ落とす)明るい色の中で色の種類を増やす(味付け)と言う風に製品を改善していきました。研修後バザー等では、少しずつですがお客様の反応が見られるようになりました。ワークショップでは他事業所さん達の商品ディスプレイを拝見することが出来、授産製品について意見交換もできてとても楽しくなる研修でした。」



出口 茂樹 さん

商品いいね！3位 ふじばら作業所 高橋愛子さん

東部地区

value・only・target/コーディネートで・テーマで・組み合わせで見せる商品群/強調する・削ぎ落とす・味付けする。

デザインクリニックの研修に参加させていただいて、私の中に残っている、単語たちです。ひらめき、センスが無いから「デザイン?無理無理」と思っていました。考えて考えて考え続けて疑問に思うこと、気づくことである……。なんとなくそうになっている事実を減らし、しっかりとした理論があること。先を読む(視る)力を、常にアンテナを高く、いろいろなことに興味を持ち続けることが大切であること。日々の忙しさを言い訳にせず、少しでも頭の片隅に意識し続けたいと思いました。ふじさんキャンドルの見せ方も、まずは、職員で話し合うところから始めたいと思います。宝永山・ふじさんキャンドルの受け皿(陶芸をやっているのですセット?)等……楽しかったです。貴重な時間をありがとうございました。



高橋 愛子 さん



土屋さんにご講演、土屋さんと三井さんにご講評いただきました。

Lecture and review from Tsuchiya-san and Mitsui-san.



社会貢献活動と事業の成立を両立する取り組みについて。

フェアトレード団体 ネバリ・バザーロの代表をされている土屋春代さんは、verda という通販サイトを運営されており、ネパールのハンディクラフト製品、服飾、食品の企画から販売まですべてを手掛けられています。それ以外にも神奈川県内の障害者地域作業所と食品の企画・開発・販売も行なっていたり、近年は気仙地域に伝わる椿油を使った商品開発・販売による震災復興にも取り組まれているそうです。このように、有限会社という形を取りながらも多くの社会貢献活動を行いながら、事業としても成功されている土屋さんに、商品の売り方、伝え方についてお話をいただきました。



verda : <http://www.verda.bz>

講評会講師は土屋さんと三井さん。

土屋さんに加え、四季の暮らしを彩る和の生活雑貨店"四季彩堂"さんの三井さんにもお越し頂きました。四季彩堂さんは、静岡を中心に東京でも店舗を運営される、売り手のプロフェッショナル。お二人に、改善したディスプレイと商品を見て頂き、すべての施設に対して厳しいながらも的確なコメントを頂きました。カラーバリエーションの魅せ方や、商品を陳列する高さとお客さんの目線など、専門的なコメントも飛び出し、とても有意義な時間となりました。





デザインクリニック、3年間を振り返って

授産推進部会 安間 孝明

3年目となる今回のデザインクリニックは、改善した商品をどう見せるか・売るかに視点を置き、『「伝わる」デザイン』をテーマに企画。各地区でのクリニック(改善ワークショップ)、全地区合同での全体会という全2回の研修会に約50名の方が参加されました。

2月7日(土)に開催した全体会では、ネパールの手作り製品のフェアトレードに永年携わっておられる(有)ネパリー・バザーの土屋代表をお招きし、講演をお願いしました。ベルダという素敵なカタログには、人々の共感を呼ぶ製作ストーリーが美しく表現されており、カタログギフトは、いつの日か「わ」でもこんなことができたなら新たな目標へのモチベーションとなりました。また、1つの商品を作り上げるのに10年掛かった話は、私たちの状況と重なり励ましを受けました。

続いて売場を想定した展示評価会では、参加者が創意工夫してきた改善商品をブース展示し、全員で評価を行いました。互いの成果が確認できた事は大きな励みでした。また、和雑貨の第一人者である「四季菜堂」の三井本部長にもご参加いただき、TAKT PROJECTさんを含む3者より、具体的なアドバイスなども聞くことができました。

ものづくりの基本をこの3年間学び、それぞれの施設が努力・改善し、ここまで来れたのは、TAKT PROJECTさんの献身的な取り組みがあったからだと思います。この場を借りて心から感謝致します。参加者の皆様、役員の皆様もお疲れ様でした。

デザインクリニックは、今年度で一つの転換期を迎えたように思えます。思えば「成果、結果を出せる授産部会の活動を！」と部会で話し合った事が昨日の事のように。工賃向上に結びつく成果を夢見、デザインの視点から現在やっている物作りの改善を具体的にできる研修会を、多くの方が参加できるように東中西各地区で開催したいとTAKT PROJECTさんには随分と無理をお願いしてきました。2年目には、この取り組みがグッドデザイン賞を頂く事ができました。しかし、3年目で道半ばと言うのが現実です。

今後、「見せる・売る」を具体的な実践に移す自助努力をしていく事が、授産部会の仕事だと思っています。そのためには、新たなステージへと歩を進めていかなければなりません。今までの取り組みを活かし、何をどう具体化していくかを部会で良く練りながら、前進していきたいと思っています。



今年で3年目をむかえたデザインクリニック ONE STEP PROJECT.

TAKT PROJECT 一同

始めた当時は、私たちTAKT PROJECTを含めた運営メンバーも、3年目を向かえる日が来る事をあまり想像できていなかった様に思います。これも、参加された皆さんの毎年の取り組みの真剣さが、運営側の想像を超え、次年度開催への気持ちを後押しした結果だと思っています。

3回目となる今年は、想いを込めて作り上げた製品をお客様にしっかりとお届けするために「伝わるデザイン」をテーマとしました。3年間を通して、「商品企画→商品化→商品として届ける」という一連の流れを学んだ事になります。

3年間のデザインクリニックを通して、私たちが一番お伝えしたかった事は、デザインは決して感性だけの話ではなく「理解できる物」でもあるということです。どんな商品にしたいか? どういうお客さんに買ってもらいたいのか? 喜んでもらえそうか? そういってお客さんにはどうしたら商品を見てもらう事が出来るのか? そういったことを丁寧に考え、目的を明確にし、達成するために、最終的に色形を伴う形として商品を作る。この一連の過程がデザインです。それは決して突飛なことではなく、理解できる物。

それは、「よく考える」ことが全てのスタートだと言えます。

今年も素晴らしい改善がたくさん見受けられたデザインクリニックではありましたが、「よく考える」ことを続ける事で、もっともっと改善点が見えてくると思います。一度完成した製品でも、もう一度丁寧に見直し考える事で、きっと、もっともっと新しい発想が湧いてくるはずです。

ポジティブに製品作りに取り組み、この一連の過程を何度も何度も繰り返し、より良い製品や売り場作りを目指し続ける事が大切だと思います。ぜひ、この3年間で学んだデザインの考え方を、今後も繰り返し意識して頂ければと思います。

最後になりましたが、静岡県作業所連合会の安間さん、きっかけを下さった斯波さん、事務局の遠藤さん、そして運営の皆さん、参加者の皆さん、このような機会を頂き、そして一緒にデザインについて考える時間を過ごせた事にこの場を借りて心から感謝の気持ちをお伝えしたいと思います。ありがとうございました。