

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 27 年 6 月 17 日現在

機関番号：34315

研究種目：基盤研究(C)

研究期間：2011～2014

課題番号：23530453

研究課題名(和文) 地域ブランド創造におけるデザインマネジメントに関する実証的研究

研究課題名(英文) Positive study of design management about creation of local brand

研究代表者

佐藤 典司 (Sato, Noriji)

立命館大学・経営学部・教授

研究者番号：20309090

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 1,900,000円

研究成果の概要(和文)：1 東京のデザイナーに協力をあおぎ、滋賀県の伝統技術を生かした、信楽焼、近江の麻、地元材を使った家具、浜ちりめんなどの商品シリーズの制作展開を行った。また、東京で開催した展示会は高い評価を獲得した。

2 「Mother Lake (<http://shiga-motherlake.jp/>)」サイトにて、Mother Lake Productsや関連コンテンツ36件の情報発信を実施した。

3 滋賀県伝統産業ブランド創造にかかわる参加者がどのような意思伝達、叙述、実践活動を行っているか、参与観察を行い、それをまとめて、Webサイト(<http://motherlake-brand.com/>)に公開した。

研究成果の概要(英文)：1 We produced traditional products series, Sigaraki ware, Omi hemp fabric, furniture made by local woods, Nagahama wrinkles by using traditional technique and with designers working in Tokyo. And we were highly acclaimed at the exhibition of the products in Tokyo. 2 We put out the information about those 36 contents on the Internet, Mother Lake (<http://shiga-motherlake.jp/>). 3 We conducted participant observation how those participants related with creation of Shiga traditional products communicate and depict and act each other. Additionally we put out the information about those contents on the Internet (<http://motherlake-brand.com/>).

研究分野：デザインマネジメント

キーワード：デザイン デザインマネジメント

1. 研究開始当初の背景

(1) 近年、地域発の商品・サービスの消費と地域イメージとの相互作用を利用して地域活性化を目指す「地域ブランド」への関心が高まっているものの、全体的には地域ブランド構築の必要性や課題の存在を指摘するに留まる研究が多く、地域ブランド研究における実証的な研究の必要性があった。

(2) 地域ブランドに関するこれまでの取り組みでは、「デザイン」を活用した産品や製品のブランド事例が多く見られるものの、これらの多くの事例報告では、コンセプトや成果物の解説やその効果検証に留まり、多様な存在が結びついた「地域」のなかで、「デザイン」および「デザイナー」がどのように関わってきたのかのプロセスは明らかにされていない。

(3) デザイン・ディスコースとは、デザインという共通価値を共有する者同士の間でなされるさまざまな意思伝達、叙述、実践活動など包括的に意味するものだが、豊かなデザイン・ディスコースの創造が地域ブランドを高めると考えることができる。ただし、そうした地域創造のためのデザイン・ディスコースが、実際のやりとりの中でどう定義されているのかは明らかではない。また、デザイン・ディスコースの中での参加者間がどのようなやりとりを行っているかについても明確に述べられていない。

2. 研究の目的

(1) 滋賀県伝統産業のブランド創造プロジェクトを対象事例に、ブランド創造に関与するさまざまな参加者間の意思伝達や実践活動(デザイン・ディスコース)を参与観察手法にて長期的(2年間)に観察し、デザイン・ディスコースのなかで「デザイン」および「デザイナー」がどのように関与し、貢献しているか調査分析を行う。

(2) 上記のデザイン・ディスコースの中での多様な参加者がどのような意思伝達、叙述、実践活動を行い、地域ブランド創造を行っているのか調査し、分析を行なう。なお、滋賀県伝統産業のブランド創造プロジェクトは、本研究代表者が主宰する「立命館大学経営学部デザインマネジメントラボ」が滋賀県と協力して実施し、国指定伝統的工芸品の彦根仏壇、信楽焼、近江上布、長浜ちりめん等の伝統産業の統一ブランドを立ち上げ、複数の伝統工芸品を組み合わせた新しい商品開発、販売開拓、宣伝方法の開拓等を行うものである。

3. 研究の方法

(1) 滋賀県伝統産業のブランド化プロジェクトにおいて、デザイン・ディスコースのなかで多様な参加者がどのような意思伝達、叙述、実践活動を行っているのかについて、参与観察を行う。参与観察は、月1回程度開催される全体会合、個別に開催される会議、各

事業者の工房等でのフィールドワーク、プロジェクトのメーリングリストでのコミュニケーション、Twitter等のソーシャルネットワークでの発話やコミュニケーションを対象に行う。

(2) 参与観察調査において得られたデータを分析し、地域ブランド創造におけるデザインマネジメントのモデル構築を行う。参与観察調査において得られたデータは、理論化のためのコーディングを行い、質的マトリクスや意味・因果ネットワークなどの質的データ分析手法を用いる。また、参与観察によって得られたデータの裏付けを行うために、参与観察後にデザイン・ディスコースの参加者に対して質問紙調査、インタビュー調査を行い分析のためのリッチなデータ収集に努める。

4. 研究成果

(1) 新商品の開発とブランドの発信・展開。東京のデザイナーの協力をあおぎ、統一的なコンセプトのもとに、滋賀県の伝統技術を生かした商品シリーズの展開を行った。平成25年度は、信楽焼商品のみ先行製作となったが、平成26年度は近江の麻を使った商品開発、滋賀県産材を使った家具の商品開発、浜ちりめんを使った商品開発に取り組んだ。また、ブランドの強化、発信の取り組みとして、展示会を東京で開催した。

(2) 新商品ブランドの発信・浸透を目的としたWebサイトの運用。滋賀県伝統産業における複数の伝統工芸品を組み合わせた新商品ブランド「Mother Lake Products」の発信・浸透を目的としたWebサイト「Mother Lake」(<http://shiga-motherlake.jp/>)にて、滋賀県の伝統産業工房・観光地・文化施設などの取材記事、滋賀県の実生活スタイルに関するエッセイなどのコンテンツを公開した。

(3) 滋賀県伝統産業ブランド創造に関わる多様な参加者がどのような意思伝達、叙述、実践活動を行っているかについて、参与観察およびインタビューを行い、その一部をWebサイト「Mother Lake」の記事としてまとめ公開した。また、2012年度から継続して参与観察によって得られたデータの分析解釈を行い、地域活性化を支援するデザインマネジメントのモデル構築のための要素の抽出検討を行った。これらの要素からモデル構築し、Webサイトにまとめて公開した

(<http://motherlake-brand.com/>)。なお、全研究期間にわたる参与観察によって得られた知見の概要は、おおよそ以下のとおりである。

デザイン・ディスコースのうちの伝統工芸従事者、および仲介者について。

伝統工芸従事者に共通して言えることは、商品を開発・販売して行く上で、マーケティング的視点および知識・経験の不足、具体的マーケティング施策の不足、販路の開拓、それぞれの商品の良さを伝えるべく種々の

プロモーション施策の不足などが指摘される。

また、なんとか最終消費者との接点を求めて模索を続けているものの、ビジネスと成立させるためには、そのための資金調達、在庫などのリスク管理、デザイン・マーケティング、流通、プロモーションの手法確立など、一気に解決することがむづかしい多くの問題をかかえていることがわかった。

加えて、伝統工芸職人にとっての知識不足に負けず劣らず、プロジェクト仲介者(大学の研究者やアドバイザー的立場の人々)のモノづくりに関する知識不足も指摘できる。わずかなデザイン変更によって作業工程が一挙に増えたり、微妙な色彩や質感の変更が大きく素材コストに影響を与えることなど、制作作業の多くを、手作業や希少な原材料に頼る伝統工芸世界ならではの事情があり、今回のような実際のデザインプロジェクトを経て初めてわかることが多く、こうした経験なしに、種々のアドバイザーによる、一方的な素人的提言がなされているのではないだろうかという危惧も指摘できる。

デザイン・ディスコースのうちのデザイナーについて。

今回のマザーレイクプロダクツのデザイン担当をした東京のデザイナーの、滋賀県の伝統産業に対する興味、関心、またデザイナー作業遂行にあたっての熱意は並々ならぬものがあつた。日常の多忙な業務の合間を縫ってなされる都会から離れた地方の制作現場との往復、頻繁な図面のやりとりなど、まずもってプロジェクトの成否は、デザイナー自身の当該作業にかける熱意に大きく左右されることが指摘できる。

また、伝統産業という手造りの生産作業の効率の低さ、職人間のネットワーク分業作業による生産工程など、通常の工業製品生産とは異なる製作作業に対してのとまどいも見られた。加えて、生産効率の低さから生じるコスト増による価格面での市場との不具合、また、既存の伝統産業製品と異なる流通経路の開拓の必要性など、通常のデザイン作業ではデザイナーにとってほとんど発生しない案件の対応にも追われることがわかった。

ただ、そうした困難さゆえの達成感もデザイナー側にはあるようで、結果的な制作物に対する社会的評価や売れ行き次第で、継続的な作業につながる可能性も大きいと言える。

また、付加的な成果ではあるが、本プロジェクトにデザイナーとして参加した東京のデザイナーユニット「キギ」(植原亮輔、渡邊良重)は、今回のマザーレイクプロダクツ製作作業に関連して、2015年度ADC(アートディレクターズクラブ)賞グランプリを受賞した。その意味では、今回のプロジェクト遂行にあたって、伝統工芸職人、仲介者(立命館大学)、デザイナーの各デザインディスコースの協同作業が非常にうまく遂行された証左とも言うてよい。

5. 主な発表論文等

[雑誌論文](計5件)

八重樫文、後藤智、アーティスティック・インターベーションに関する現状と課題の検討、立命館経営学、査読無、第53巻第6号、2015、41-59、DOIなし

安藤拓生、後藤智、八重樫文、デザインマネジメント研究の射程と課題 CADMC2013の文献レビュー、立命館経営学、査読無、第53巻第6号、2015、113-140、DOIなし

佐藤典司、岩谷昌樹、八重樫文、地域ブランド創造におけるデザインマネジメントに関する考察、立命館経営学、査読無、第53巻第1号、2014、1-20、DOIなし

岩谷昌樹、八重樫文、デザインによるブランディングに関する考察、立命館経営学、査読無、第53巻第1号、2014、53-73、DOIなし

後藤智、デザインと技術 製品の意味の革新に対する技術の貢献、碩学社ビジネスジャーナル、査読有、vol.27、2014、1-10、DOIなし

[学会発表](計3件)

ANDO Takuo、YAEGASI Kazaru、Strategic use of context capabilities of the industrial designer、The 2015 International Congress on economics Social Sciences and Information Management(ICESSM2015)、Bali、Indonesia.2015年03月29日、Sheraton Bali Kuta(Indonesia)

重本祐樹、Montile James、Delivering Message : Exploring the Ability of Designers of Embody Intents in Product Form、第10回感性工学会春季大会、2015年03月28日、京都女子大学(京都府・京都市)

後藤智、デザインドリブンイノベーション - メディアとしての製品の評価、第10回日本感性工学会春季大会、2015年03月28日、京都女子大学(京都府・京都市)

[図書](計1件)

八重樫文、岩谷昌樹、青山社、デザイン・バイ・マネジメント、2014、262

[その他]

ホームページ等

<http://shiga-motherlake.jp/>

<http://motherlake-brand.com/>

6. 研究組織

(1)研究代表者

佐藤 典司(SATO Noriji)

立命館大学・経営学部・教授

研究者番号:20309090

(2)研究分担者

八重樫 文(YAEGASI Kazaru)

立命館大学・経営学部・教授

研究者番号：40318647

(3)連携研究者

岩谷 昌樹 (IWATANI Masaki)

東海大学・政治経済学部・教授

研究者番号：70366003

後藤 智 (GOTO Satoru)

東洋学園大学・現代経営学部・専任講師

(4)研究協力者

安藤 拓生 (ANDO Takuo)

立命館大学経営学研究科・博士後期課程

重本 祐樹 (SHIGEMOTO Yuki)

ケンブリッジ大学大学院・博士後期課程