

AXIS

concepts on the ho

2 February
2012
vol.155

feature

日用品のチャレンジ

Taking up the challenge of
creating articles for daily living

cover interview

トラフ建築設計事務所
TORAFU ARCHITECTS

topics

「AXIS 明朝」という試み

文／浦川愛亜
By Aia Urakawa

「sample プロジェクト」は、デザインのあるべき姿を追求し、無理のない価格で“売れる日用品づくり”を目指したデザイナーによる自主企画だ。この企画立案から市場に製品が出るまでの一連のプロセスに、サカイデザインアソシエーツを主宰する酒井俊彦が挑戦する。

“Sample project” is an independent project initiated by a designer who pursues an ideal approach to design and making daily goods that sell at reasonable prices. Toshihiko Sakai who heads Sakai Design Associates Ltd. is venturing into a series of processes from product planning to market release.

見過ごされがちな部分を、もののあるべき姿に 酒井俊彦による“売れる日用品”への挑戦

Giving appropriate forms to parts that tend to be overlooked
Toshihiko Sakai's quest for “daily goods that sell”

酒井のデザインによるiPhone用スタンド「under_bar」(3,950円)。今回の除伐材は一般的な価格よりも高く買い取った。それにより林業従事者に利益をもたらし、こうした木を山から減らすことに貢献できる。酒井は木が素材ながら、機能的でハイテクな印象を与える製品を目指したという。ケーブルを背面と右側面から出すことができ、USBとイヤフォンを収める場所も設けた。

iPhone stand under_bar (¥3,950) designed by Sakai. He purchased the wood taken from odd trees cut down during forest thinning at a higher price than usual, so that those involved in forestry could benefit and such trees could be removed from the mountains. There are outlets for the cable on the back and right side panels, and compartments for USB and earphones.



製品開発におけるジレンマ

「sample プロジェクト」の企画がスタートしたのは、2011年4月。半年後の9月に試作が上がり、10月に発売を迎えた。完成したのは18製品。11月には「iFFTインテリア ライフスタイルリビング」展にも出品したことで、全国のセレクトショップや百貨店、ネット販売の注文も続々と舞い込み、その数も順調に伸びている。手応えは上々だ。

このプロジェクトはデザイナーの酒井俊彦による自主企画であり、製品アイテムやデザイナー、素材、工場の選定、ディレクションおよびプロデュース、価格設定、営業販売、在庫管理システムの構築など、製品が市場に出るまでのあらゆるプロセスを自らが担った。これまでを振り返って酒井は言う。

「従来は製品ができてから後の仕事を手がけたことがなかったので、営業用の資料って何？ JANコードって？ 保険って？と、戸惑いの連続でした。何より営業が伝わらなかった。僕は普段、電話の前で待っている派なので(笑)」。

そんな不得手な領域に踏み込んでまで、挑戦したい理由があった。酒井は家電や日用品などの多彩なデザインを手がける傍ら、さまざまな

企業のデザイン部や商品開発部が行うワークショップに数多く呼ばれている。企業はこうした場を設けて、自社製品に対する外部の客観的な意見に耳を傾けるとともに、市場調査に基づくマーケティングデータと照らし合わせることで、製品開発の方向性を模索しているのだ。

そこで気づかされるのは、ユーザーでもあるはずのメーカーの人間が、常にメーカー目線でしか製品を見ることができなくなっているということ。酒井はそれを「理由はわからないが、ひじょうに根深い問題だと思う」と言う。特にマーケティングデータの読み解きについては、危機感を抱く。「定量と定性データを混同して読んでしまったり、読み解く能力がひじょうに問われる。sampleプロジェクトぐらいの事業規模であれば、製品開発にデータは必要ないと思う」。全面的にマーケティングを否定するのではなく、そもそもなんのためにデザインを取り入れて課題を解決したいのか、それを深く考えることのほうが製品開発では重要だと言うのだ。

しかし、酒井がいくら自説に自信を持っていても、デザインワークという製品開発の一部を担っているだけでは実証できない。その長く抱えていたジレンマが、sample プロジェクトを立ち上げるきっかけとなった。

iPhone/iPad スタンドなんて いない

プロジェクトで酒井が最初に考えたのは、自分ひとりで作るのではなく、複数のデザイナーに参加してもらうことだった。製品にバリエーションを与え、買い手の選択肢の幅を広げることが必要だと思ったからだ。加えて、シリーズ化したほうが店頭で面構成でき受け入れやすいことも知っていた。そこで声をかけたのが、11組のデザイナーである。

ここでユニークなのは、酒井が商品アイテムを「iPhone/iPad用のスタンドとケース」に決めた理由だ。酒井は言う。「自分の生活のなかで今最もタイムリーなアイテムという感覚があった。これは個人的なマーケティング感覚。パイヤーや目利きといわれる人と同じものです」。その一方で、声をかけたほぼすべてのデザイナーたちからは、「iPhone/iPad用のスタンドなんていないのでは？」という否定的な声が上がった。その反応を見てディレクションする酒井が困惑したかと言えば、さにあらず。「デザイナーが必要ないと言っても売れるものはある」と、他のデザイナーの意見に揺らぐことなく、自らのマーケティング感覚を信じ、必要性を説いて回った。



iPad用スタンド「Calm trees L」(3,600円)と、タッチペン「Calm trees S」(1,260円)。デザインを手がけたトネリコのコンセプトは、「ただそこにあるだけで和みを与えられる存在」。いずれも1つ1つ手作業で削るため、同じ形のものはない。
iPad stand Calm trees L (¥3,600) and touch pen Calm trees S (¥1,260). The concept by TONERICO that did the design was, "designs that induce a calming effect just by being there."

Photos by Masayuki Hayashi

デザイナーだからこそそのディレクション

素材は木と革の2種類。集成材としての買取価格が安価なため伐採されたまま森に放置された除伐材と、仕様変更のため使われなくなった国産自動車用のシートレザーだ。木は主に高知産の四万ヒノキ、革は高級車用といずれも上質である。それぞれのデザイナーに木ではiPhoneかiPad用スタンドを、革ではiPhoneとiPad用ケースを依頼した。

スマートフォンやタブレット端末の関連商品はすでにさまざまなものがあるが、そのなかでsample プロジェクトの製品はひととき目を引く。木や革を使った温かみのある素材感と、絞り込んだ機能が与える明快な形からだろう。

デザインコンセプトも明確で、不要と判断した部分の切り捨ても深い。例えばiPhone/iPadに絞ったこと。木のスタンドは外での利用は考えず、家で使うことを前提としたこと。iPhone用スタンドは専用カバーケース付きでも差し込める幅に設定したが、そのケースは最も数多

く流通する「Bumper」と「Air jacket」の2種に限ったことなどだ。それら1つ1つの見極めや線引きは酒井のなかで終始ぶれることがなかった。

「『デザインとは何か』と、デザイナーはよくデザイン論を語るけれど、僕はそうした話には興味が無い」と酒井。日用品はアイテムや目的ごとに使われる場や状況が異なるため、それらの前提条件を外して考えることに意味を感じないというのだ。

「ものをデザインするときに、そのものがどうあるべきかを考えることが最も大切。sample プロジェクトならば、iPhone/iPadの充電の際、床にじかに置くのではなくスタンドに据えてあげる。持ち運ぶときはバッグにそのまま入れるのではなく、ケースで保護する。そういった見過ごされがちな部分を、そのもののあるべき姿として考えた」。

sample プロジェクトは今後も続く予定だ。その未来の姿は日用品に止まらずより大きな規模になっていくかもしれない。

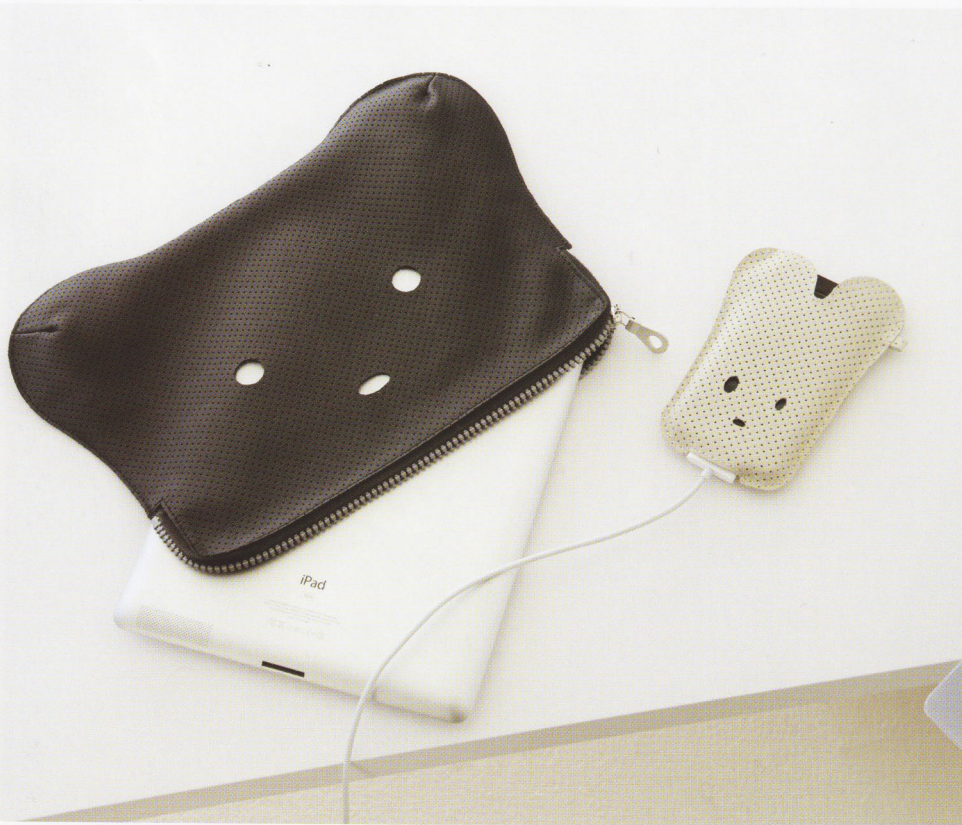
The dilemma of product development

Planning for “sample project” started in April, 2011. Prototypes were completed half a year later in September, and 18 products were completed and released in October. Orders from design shops and department stores throughout Japan and over the Internet flew in one after another and the number is rising steadily.

This is an independent project initiated by designer Toshihiko Sakai, who handles every process until the product is introduced to the market, from selecting the product item, designer, material, manufacturer, direction and production management to pricing, sales promotion, and building an inventory management system.

Reflecting on his venture so far, Sakai says, “Because I’d never handled business beyond the point the product is completed, it was a succession of confusions, such as what the sales information package was, what the JAN code meant, and what’s the insurance involved. Sales promotion was by far the hardest for me, because I’m usually the type who waits for someone to call me (laughs).”

There was a reason that Sakai waded into these areas at which he did not excel. Besides doing diverse design for home appliances and daily goods, Sakai has been invited to many workshops organized by design and product development divisions at various corporations. The corporations set up such opportunities to listen to outsiders’ ob-



コスチューム・アーティストのひびのこづえは、パンチングの革を使用。iPad用ケース「クマ」(8,700円)は耳の部分にUSBケーブルなどを収納でき、iPhone用ケース「ネズミ」(2,800円)はケースに入れたまま充電することができる。

Products designed by costume artist Kodue Hibino. The USB cable can be stored in the ear of the iPad case Kuma (bear) (¥8,700), and the iPhone case Nezumi (mouse) (¥2,800) allows recharging without having to remove the cover.

酒井は、木のスタンドでは普段から木の扱いを熟知しているデザイナーに依頼したという。木を三層にし内部をくり抜いた「キノダイ」(39,900円)は、ミラノの木工所で働いた経験のある桐本隆士のデザイン。iPhoneとiPadを各2台立てた状態で充電コードに接続でき、なかに電源タップなどを収納できる。iPhone/iPadをひとり1台ずつ所有する時代を見据えた製品。

Sakai says he employed designers who are thoroughly familiar with wood for the wooden stands. Kinodai (¥39,900) by Takashi Kirimoto has two slots each for iPhone and iPad, and can house recharging cords and a power tap inside.



jective views regarding their products, and at the same time seek directions for product development by studying data based on market research.

What Sakai noticed there was the fact people at the manufacturers who are also consumers, are only capable of seeing their products solely from the perspective of the manufacturers. Sakai says, "I don't know why, but I think it's a deep-rooted problem." He is particularly critical about the way they analyze marketing data, and says, "As they often make such mistakes as confusing quantitative data with qualitative data, I sincerely doubt their ability to read such data. On the business scale of 'sample project,' I think such data is not necessary for product development." Sakai thinks it's more important in the product development stage to think deeply about why design is necessary to solve the problem in the first place.

Nevertheless, no matter how confident Sakai was about his theory, he could not demonstrate it just by being in charge of design work, which is just a part of product development. That long-held dilemma made him launch "sample project."

Who really needs iPhone/iPad stands?

The first idea Sakai had for "sample project" was to get multiple designers to participate, rather than doing it all by himself. That's because he wanted to give variations to the product line and increase options for the consumers. In addition, Sakai knew that it would be more easily accepted if the prod-

ucts were designed as a series so that they could be displayed with consistency at the storefront. With all this in mind, he asked 11 groups of designers to participate.

What's interesting here is Sakai's reason for deciding that the products would be iPhone and iPad stands and cases. Sakai explains, "I wanted the goods to be timely from the perspective of my daily life. That's just my own personal marketing hunch. It's the same kind of thing that the so-called buyers or market prophets do." However, almost all the designers he asked to participate had negative views, saying nobody really needed an iPhone or iPad stand. Even after seeing this reaction, Sakai, who was directing the project, wasn't discouraged at all, and said, "There are things that sell even if designers say they are not necessary." Undeterred by the other designers' views, Sakai believed in his own marketing sense, and persuaded each designer of the products' necessity.

Direction unique to a designer

The materials were wood and leather. The wood is from odd trees cut down during forest thinning but left abandoned in the forest due to its low selling price as a material for laminated wood, and the leather is for domestic car seats that have become a waste material due to changes in specifications. Sakai asked each designer to design an iPhone or iPad stand with wood, and both iPhone and iPad cases with leather.

There are already a wide variety of products related to smart phones and tablets, but those from "sample project" stand out considerably. The design concept is clear, and the cutting of unnecessary parts was done gracefully. For example, the products are exclusively for iPhone and iPad. The wooden stands are designed for use only at home and not for outdoors. The width of the iPhone stand is made big enough for the iPhone to be inserted also with a dedicated cover in place, but the covers are limited to the most popular two types: Bumper and Air Jacket. From beginning to end, Sakai never compromised these decisions.

"The most important thing when designing anything including daily goods, is to think how it should be used. With 'sample project,' for example, when recharging the iPhone or iPad, it is not placed on the floor, but on a stand. When you carry it, you don't put it in your bag as is, but in a protective case. We thought about the ideal forms of parts that are usually overlooked."

Sakai intends to continue "sample project." It may be extended from just daily goods to other areas and its scale may become larger in the future. 🍵

Photo by Junya Igarashi



酒井俊彦／1964高知県生まれ。東京造形大学デザイン学部卒業後、89～91年コーソーデザインスタジオに在籍。92年サカイデザインアソシエイツを設立。家電製品や家具、システムキッチン、アロマデフューザー、文具などの日用品のほか、老舗製茶問屋のディレクションや神棚など多彩なプロジェクトを手がける。

Toshihiko Sakai was born in Kochi Prefecture in 1964. Graduated from Tokyo Zokei University with a BA in design in 1987. Founded Sakai Design Associates Ltd. in 1992. He has been involved in diverse projects including home electronics such as DVD recorders and mobile PCs, as well as furniture, system kitchens, lacquerware, and stationery items.

<http://www.sakaidesign.com/sample>



スープデザインの尾原史和による「Leather and Felt」。B5サイズの書類に対応するiPad用ケース（12,000円）。iPhone用ケース（3,900円）は、2本の紐を引っ張れば取り出すことができる。自動車シート用のレザーは、一般的な革に比べて傷がつきにくく、色移りもないという。

Leather and Felt by Fumikazu Ohara of SOUP DESIGN. Comprises an iPad case (¥12,000) that can also hold documents up to B5 size, and an iPhone case (¥3,900) from which the iPhone can be taken out by pulling two strings.

Photos by Masayuki Hayashi