

■学生活動報告

生活デザイン学科山田研究室3回生ゼミの活動報告(平成27年度)

山田歩, 一ノ瀬萌, 木村毅, 野村菜津美, 宮下絵里, 三輪あさひ

1. 概要

山田研究室は、デザインによるマーケティング活動の支援、ならびに、マーケティング的視点に立ったデザイン活動に取り組んでいる。平成27年度3回生(一ノ瀬萌, 木村毅, 野村菜津美, 宮下絵里, 三輪あさひの5名)によるゼミ活動は学外コンペティションへの参加を中心に進められた。応募したコンペティションは、商品企画もしくはプロモーションの企画に関するものであった。ゼミ生個人で取り組んだものと、チームで取り組んだものがあるが、本活動報告ではチームで取り組んだ活動の中から主なものをいくつか紹介する。

2. 販促会議 企画コンペティション2015

コンペ概要 「販促会議 企画コンペティション」は、協賛企業が商品・サービスのプロモーションに関する課題を出題し、その課題を解決するアイデアを企画書形式で競うコンテストである(販促会議企画コンペティション HP)。2015年度は、「トムヤムクンスードル」(日清食品)や「養命酒」(養命酒製造)など22の企業から課題が出題された。

提案企画 研究室は、「トムヤムクンスードル」(日清食品)の販売促進企画として「CUP NOOEN」を提案し、ファイナリストに選出された。図1に応募企画書を示す。

3. 石州和紙デザインコンペ2015

コンペ概要 主催地である島根県浜田市三隅町は、経済産業省認定の伝統的工芸品の石州和紙と国の重要無形文化財・ユネスコの無形文化遺産である石州半紙の産地である。「石州和紙デザインコンペ」は、石州半紙の技を生かした石州和紙を素材として、現代を生きる人びとの生活にうるおいや、楽しみ、くつろぎを与える様々なデザインの可能性を追求することを目的としたコンペティションである(石州和紙デザインコンペ HP)。2015年度は「おもちゃ」をテーマとした作品の募集が行われた。

作品 研究室では、「笑顔と驚きを届けるカード」をコンセプトに、石州和紙のグリーティングカード「ひふみ」を制作、応募した。このカードは、光にかざして遊びたくなる仕掛けが施された。カードはふたつの図柄から構成され、光にかざすとそれらの図柄が光の中で透けて重なり合い新しい図柄が作り出される仕組みになっていた。たとえば、誕生日カードでは、光にかざすと誕生日ケーキのロウソクに火が灯り、出産祝いカードでは、光にかざすとお母さんの胸に赤ちゃんが現れる。光にかざすことで新しい図柄が浮かび上がる演出によって、カードを受け取った人に喜びと驚きを与えることをねらった。応募作品は中国経済産業局長賞(最高賞)と千葉すず賞を受賞した。図2と図3に応募作品の説明パネルを示す。

トムヤムクンヌードルのおかれた現状

これまでのカップヌードルファンと違う人達が食べています

- ・トムヤムクンヌードルを買っている3分の1は過去にカップヌードルを食べていない人達
- ・女性割合が男性を上回る

どんな人達がトムヤムクンヌードルに興味を持っているのでしょうか？

応募者 ID : 44C6738386

商品特性とターゲットの検討

トムヤムクンの魅力

パクチー
酸っぱいスープ
エビ

ターゲット

ちょっとクセのある
タイ料理の味が好き
ヘルシーなものを
食べたい

クセのあるタイ料理好きで、健康志向な消費者の心を刺激するプロモーションが有効ではないか？

着目点

そこで私たちは「家庭菜園」に注目しました

女性を中心として、約85パーセントの人が興味を抱いています

「おいしい」「楽しい」「ヘルシー」な点に魅力を感じる人が多いようです

理由	割合
健康的に食ってみたいから	33%
作ることに興味があるから	24%
新鮮でおいしいから	21%
手軽にできるから	17%
自分でも収穫できるから	18%

家庭菜園の魅力で
トムヤムクンヌードルをもっとおいしく！

プラン

「CUP NOOEN」の提案

トムヤムクンヌードル

×

カップ農園

農園

中身と使いかた

パクチーの種
スポンジ
カップ

1. カップにスポンジを入れて種をまきます
2. たっぷり水やりをして食べごろになったら収穫します
3. パクチー盛りいただきます

楽しみかた

育てて

食べるまで
食べちゃって

分け合って

一緒に食べるの
楽しみたい

食べて

パクチー盛りマジョメえ！

- ◎リピート購入を刺激
- ◎おいしさ、楽しさ、ヘルシーさアップ
- ◎つながりも広がる

つながるおいしさ

育てる

分け合う

食べる

トムヤムクンヌードルをもっとおいしく

図1 「CUP NOOEN」企画書

ひふみ

石州和紙の持つあたたかく美しい透光性を生かしたグリーンアイシングカード。二つの図柄から構成されたカードを光にかざすと、それらが重なり合い、送り手からの一つのメッセージを紡ぎます。

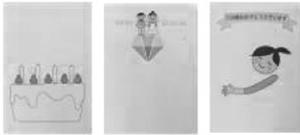
「ひふみ」という名前には、数を唱えるときの大和言葉（ひふみ、二）で重なり合う二枚の図柄を（ふみ文）で送り手がカードに添える言葉を、それぞれ表しています。受け取ったときは一見何を意味するのか分からないこのカード。光にかざして初めてその仕掛けに気づき、思わず笑顔がこぼれます。

「ひふみ」で、特別な日をもっと素敵に演出してみませんか。



図2 「ひふみ」説明パネル1

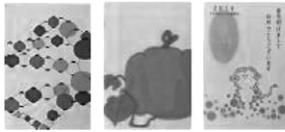
封筒型



封筒とメッセージカードを組み合わせて一つの絵柄にして楽しめます。浮かび上がるメッセージが新たな驚きを生みます。



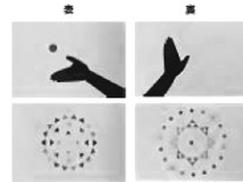
はがき型（表面と隠れ面）



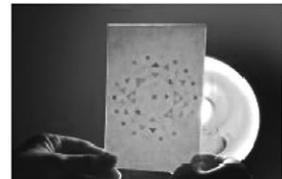
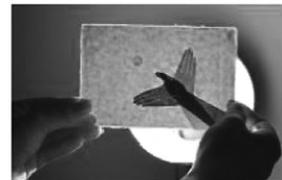
一見すると普通の絵はがきですが、その構造は二枚重ねになっています。光にかざすと隠れた絵が浮かび上がり、表の絵柄が変化します。



はがき型（表面と裏面）



表と裏の絵柄が重なりあうことで新しい絵柄が現れます。どのような絵柄になるんだろうと見る人の心を惹きつけます。



封筒と便箋、また葉書には石州和紙を使用しています。

図3 「ひふみ」説明パネル2

4. Student Innovation College2015

コンペ概要 Sカレ (Student Innovation College) は、マーケティングを学ぶ大学生たちが、企画から製品化への過程をリアルな現場で体験するゼミ対抗の商品企画プロジェクトである (Sカレ HP)。2015 年度大会は、8 テーマの商品企画を学生チームが Facebook で公開し、市場調査をもとにブラッシュアップを重ねたアイデアで商品化の権利を競いあった。

企画商品 研究室は枡技術商品部門 (大橋量器) の商品として「ます香」を企画した。最終審査において、部門一位、プラン三位に選ばれ、商品化の権利を得るとともに、博報堂賞を受賞した。以下、商品概要、実施調査、試作品制作、プロモーションについて述べる。

商品概要 「ます香」は枡に香り玉を入れ、水を注いで使用する消臭芳香剤である (図 4)。大橋量器では枡の製造過程で大量のヒノキのカンナ屑が捨てられていた。それを丸めたものが香り玉である。香り玉に水が触れると、ヒノキの香りがほのかに広がり、消臭芳香の効果を得られる。枡は大橋量器の標準一合枡のほか、Color Mass やデザイン枡の中から、好みに合わせて選ぶことができる。枡本来の美しさをいかしたシンプルな見た目で、お部屋の雰囲気を選ばず、インテリアに調和する。

調査 アンケート調査の結果、消費者は既存の消臭剤に「匂いがきつい」、「見た目が悪い」、「化学物質が気になる」といった問題を感じていることが分かった。それらの問題を解決するために、枡に使用されている「ヒノキの消臭効果」や、「水に触れると香りが増す」といった特性に着目した消臭芳香剤を提案しようと考えた。

試作品制作 ます香を制作する上で、枡の底面の木材が変形し水漏れするという問題があった。そこで、ウレタンニス枡の内側に塗布し、一ヶ月の耐水実験を行った。ウレタンニスを内側に塗る量を最小限に抑え、枡から発する香りが損なわれないように工夫した。また、カンナ屑を丸めるのにかかる時間を計測し、人件費を試算した。

プロモーション 「ます香」本体と、香り玉の詰め替え用の2種類をパッケージと共に提案した (図 5)。一度「ます香」を購入すると、同じ枡を継続的に使うことができる。Facebook 上で、「Bar ます香」という漫画を公開した。芳香剤を使う人の悩みの解決をテーマに、枡の魅力や「ます香」の紹介をストーリーに織り交ぜて展開させた。

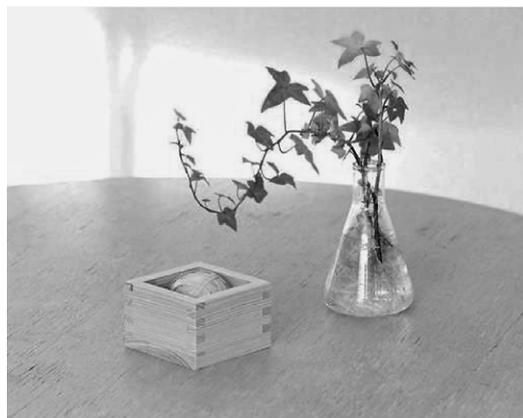


図 4 「ます香」使用イメージ



図 5 パッケージ済みの「ます香」