

地域企業デザイン計画

－ どんどこあさば 新商品開発プロジェクト －

1 研究背景

どんどこあさば は、旧浅羽町まちおこし協会の有志が、町の農産品等を活用した地域ビジネスを目指し、2001年11月に設立。創業時から地元産大豆を使ったオカラを出さない製法のとうふを製造・販売しているが、売上げは低迷している状況。学生の若く新鮮な感性で、新商品のアイデアと既存商品を含めたパッケージデザイン等の提案を行い、商品価値を向上させ、認知度の向上と需要の喚起に結び付けていきたいとの目的から、本学に事業委託があった。

2 研究目的

本研究では、現在売上げが低迷しているどんどこあさばの既存豆腐の「まるごと豆腐」。どんどこあさばの次なるステップとしてのとうふ、とうふ二次加工品として新商品を開発するにあたり、コンセプトを見出しデザインを模索する。そして、どんどこあさばの関連商品を「どんどこ FAMIRY」として発信できる環境を整え、最終的にはどんどこあさばの売上の向上を目指す事を目的とする。

3 研究方法

どんどこあさばの現況を調査し、他社商品との比較を行い、デザインコンセプトを決定する。また豆腐本来の歴史的観点や、現代の様々な豆腐からヒントからヒン

トを得て、温故知新の精神を理念にデザインを行う。その後、クライアントと打ち合わせを複数回重ねながらデザインのブラッシュアップ等を行い、最終的に新商品としての販売を行う。

一連の「どんどこ FAMIRY」商品の制作の過程は、まずどんどこあさばのメイン商品である「まるごと豆腐」から更なる極みを加えた新とうふ2種、とその原料となる豆乳から始める。その後決定したデザインをとうふ二次加工品、とうふスイーツのパッケージに合わせてデザインを行う。容器に関しては、新とうふ2種と豆乳は「まるごと豆腐」、「大豆まるごと豆乳」の既存のものを使用する。その他のとうふ二次加工品、とうふスイーツに関しては、決定したコンセプトの元、様々な材質や質感のものから選定。その容器のサイズに合わせてパッケージラベルサイズを決定しデザインを行う。全ての商品のパッケージデザインが完成次第、ポスター兼パンフレットの作成を行う。パッケージ同様にどんどこあさばのコンセプトに



沿ったデザイン提案を行う。最後に、売り場での販売を考慮しそれぞれの商品 POP を作成し販促を行う。

4 制作物

・パッケージデザイン(計 7 種) とうふ 2 種、豆乳、二次加工品 2 種、とうふスイーツ 2 種 ・POP デザイン(2 サイズ 計 14 種)とうふ 2 種、豆乳、二次加工品 2 種、とうふスイーツ 2 種 ・ポスター、パンフレット(計 2 種)

5 各種調査・コンセプトの決定

コンセプトを決定する為、下記のような調査を行った。2 章 どんどこあさば 現況 3 章 豆腐に関して 4 章 事例調査

それぞれの調査を経て、下記の5つのデザインコンセプトを決定した。

- ・遠くから見ても近くで見てもすぐわかるデザイン。
- ・高貴なイメージを取り入れたデザイン
- ・料理の想像力を掻き立てるデザイン
- ・豆腐の白さを活かしたデザイン
- ・他社の豆腐と差別化を図ったデザイン

6 デザイン提案

決定したデザインコンセプトを元に、デザインをクライアントに提案し、打ち合わせを行いながらプロジェクトを進めた。単体でパッケージデザインを考えるのではなく全体として並んだ時にデザインパターンが完成するよう、市松模様を採用した。とうふパッケージは口福とうふ、季節とうふの2種。背景に市松模様を2分割で配置し、「とうふ」とうふの文字を背景の市松模様で白黒反転させることで、タイトルと背景の一体感が生まれた。背景の市松模様は手作り感を出すために滲み

を加え、水墨画のような仕上がりになっている。その他とうふ加工品、とうふスイーツも同様のデザイン言語を用い反映させた。

7 考察

全ての商品のパッケージデザインが完了し、それぞれの「どんどこあさばFAMIRY」の商品が完成した。最終的にどんどこあさばのポテンシャルを最大限発揮できるデザインを共に創り上げることができたと自負している。今回はパッケージのような形のデザインだけでなく「どんどこあさば FAMIRY」という目には見えない形のないイメージや印象までも創る事ができたのは何よりも大きな成果である。私は建築学科で建築を学んできたが、デザイン概念は建築というジャンルに限らずプロダクトや、パッケージデザイン、様々なジャンルの壁を超えて適用することが可能であることを改めて実感した。



完成した「どんどこあさば FAMIRY」商品



完成したポスター兼パンフレット