



飛騨の木材と匠の技を活かした 現代都市生活支援製品の市場性

2024年12月01日

東京都市大学都市生活学部 西山敏樹ユニヴァーサルデザイン研究室
一般財団法人 飛騨高山大学連携センター
(共同研究事業)

調査研究の概要

- 飛騨の匠の技や素材を今後の様々な都市生活シーンでどの様に有効活用出来るかを検討. 飛騨の匠の技や素材の永続も視野に.
- 実際に製品化を検討する物品のアイデアを調査から明らかにして, 試作をした後, マーケットサーヴェイで市場戦略を検討.
- 都市生活者のニーズに合った飛騨の匠の技や素材を有効に活用した物品の普及戦略に成果をフィードバックする⇒量産化支援.

ワークショップの開催(2023年1月)

- 飛騨の匠の技や素材を知りながら，それを活かしたどのような物品が都市生活のシーンに必要なのかをディスカッションする.
- 実際につくるべき都市生活者のニーズに合う物品のアイディアをイラスト化して視覚化を行う．結果を発表しながら共有する.
- プリゼンテーションの結果をもとに製品化すべきものを明確化.

2023年度は試作と評価へ

- 都市生活者のライフスタイルを精査し木のカップスリーブ及びスマホスタンド付き鏡の概念を構築.
- 日進木工様のご協力を得つつ，試作を実施出来た.
- ユーザー評価の初期的作業も実施した．サイズや重さ，ユーザビリティ等を都市大の学部生が評価.

開発に向けて可能性が認められた製品(1)

•木のカップスリーブ

コーヒーやお茶をいただく時に有効.

⇒飲食分野故の汎用性がある. マイカップを持ちカフェに向かう都市生活者のニーズを期待出来る.

スターバックスのようなカフェとコラボして飛騨地域限定色を出し、馴染んだ時に全国展開するとういう流れがありうる. おしゃれなら話題性も高くなる. 曲木技術を活用し、厚み等もニーズベースでつくり上げると良い. 現代の都市生活にも合う.

試作したカップスリーブ



開発に向けて可能性がある製品(2)

- スマホスタンド付き鏡
日常のメイクアップに有効

⇒スマートフォン他で動画を見ながらメイクする女性が増えている状況で、ニーズに合う。スマホ自体は今後も利用が予想出来、音楽を聴きながらのメイク等にも合う。女性は、ほとんどがメイクアップするし、今後は男性の需要も期待出来る。利用しているシーンを想定出来る新しい分野だ。

試作したスマホスタンド付き鏡



2024年度＝東京側の市場性調査の実施

- ・今回試作の2件の製品を東京都市大学世田キャンパスに運び込み、各製品に対する支払意思額、デザイン改善に関する意見、製品に期待するサーヴィス(当該製品から派生が可能なサーヴィス)を調査した。
- ・東京都市大学を中心に、大学の学部生や大学院生、職員等に調査をしてデータの取得を行った。筆者が各製品の説明を行い、その後に回答をしてもらった。

東京側の市場性調査の内容(1)

- (01) 当該製品の見た目のデザイン(5段階で評価)
- (02) 当該製品のカラーリング印象(5段階で評価)
- (03) 当該製品の使い易さについて(5段階で評価)
- (04) 当該製品のサイズについて(5段階での評価)
- (05) 当該製品の重量感について(5段階での評価)
- (06) 値段に関わらず買いたいか(5段階での評価)
- (07) (06)のように回答した理由は何か?(自由回答)
- (08) 現行の当該製品の改善すべき事項(自由回答)

東京側の市場性調査の内容(2)

(09) 上記改善がなされた場合の妥当な販売金額

(10) 上記改善がなされた場合の最大支払意思額

※(09)と(10)について、カップスリーブについては試作時のコスト計算から定価13000円を検討の参考値として、回答者側に提示している。化粧鏡については、既に日進木工が類似のトイミラーを販売しており、その定価39600円を参考値として、回答者側に提示し回答を促進。

(11) 本来の用途以外で使ってみたい事(自由回答)

(12) 今回試作を行った製品への意見等(自由回答)

(13) 年齢や性別等回答者属性のフェイスシート

東京側の市場性調査の結果(スリーブ・1)

- ・本原稿執筆時点で30名の大学学部3年生－大学院生・職員(平均年齢は23歳, 男性14名, 女性16名)が回答を行っている.
- ・見た目のデザインは4.5
カラーリング印象は4.3
使い易さについては4.6
サイズについては 4.5
重量感については 4.6
買いたいかは 4.4(値段に関わらず)
5段階でどれも高い評価を得られた.

東京側の市場性調査の結果(スリーブ・2)

- ・ 値段に関わらず買いたい理由

「商品の機能やデザインが非常に魅力的に感じたから」 7票

「自分のライフスタイルや趣味に合いそうだから」 7票

- ・ 改善を希望する事項

「色のヴァリエーションを増やし、選べるようにしてほしい」 6票

「もう少しコンパクトにし持ち運びやすくしてほしい」 4票

「環境に優しい品にしてほしい」 が1票

東京側の市場性調査の結果(スリーブ・3)

- ・改善を施した時

妥当な販売金額は平均で7200円， 最大支払意思額は平均で10100円.

- ・カップスリーブ以外の用途

「ペンや文房具を立てて収納するホルダーとして使用」 3票

「キッチンでスプーンやフォークを整理するツールとして使用」 2票

「小さな植物や多肉植物を入れ，小さなプランターとして飾る」 2票

「ペイントでデザインを施し新しいアイテムにする素材とする」 1票

東京側の市場性調査の結果(鏡・1)

- ・ 本原稿執筆時点で15名の大学3年生－大学院生・職員(平均年齢23歳, 女性のみ)に回答をしてもらっている(ほぼカップスリーブと同じ方々).

- ・ 見た目のデザインは4.7
カラーリング印象は4.2
使い易さについては4.6
サイズについては 4.6
重量感については 4.4
買いたいか 4.3(値段に関わらず)
5段階でこちらも高評価を得られている.

東京側の市場性調査の結果(鏡・2)

- ・値段に関わらず買いたい理由

「商品の機能やデザインが非常に魅力的に感じたから」 5票

「自分のライフスタイルや趣味に合いそうだから」 4票

- ・改善の希望事項

「もう少しコンパクトにし持ち運びやすくしてほしい」 6票

「色のヴァリエーションを増やし選べるようにしてほしい」 3票

「環境に優しい品にしてほしい」 1票

東京側の市場性調査の結果(鏡・3)

- ・改善を施した時の妥当な販売金額は平均21000円，最大支払意思額は平均25000円．化粧鏡以外での用途は，「部屋のディスプレイとして写真やお気に入りの小物をかざるのに使う」が2票となった．

- ・化粧鏡については，特徴的な自由意見が出ている

「欲しい商品ではあるが，類似商品が39600円に出ているとなると購入意思が下がる．不景気もあり，若者は余計にお金が無くなっている．もし今後市場に出すのであれば，完成品でなくキットにして組み立てをユーザーが行うようにして，安価にしてほしい．**キットの方が完成品より可変性もあり，部屋の状況に合わせカスタマイズ出来て良いのではないか**」という意見が3人の回答者からあがった．

鏡の類似品(既製品)



おわりに

- ・カップスリーヴ，化粧鏡ともに若い都市生活者の製品への評価は，おおむね高い．カップスリーヴはキット化も困難で単体の完成品で市価10000円程度で量産出来れば，用途も広く売れる可能性がある．
- ・一方の化粧鏡はキット化で可変性を高め，コストを抑えてほしいという声が聞かれた．匠の技という性質上，キットの方法が馴染むのかは意見が分かれるが，生活者のニーズに合わせる上では大切な意見である．今回の意見を基に研究を続け，量産化検討も続けたい．

謝辞

- ・ 日進木工株式会社
- ・ 調査に回答の皆様

以上の方々のご協力に感謝申し上げます。