

デザインの活用でさまざまな課題を解決できます



代表取締役社長 榎本 信之 氏

デザインはモノやコトの本質を突き詰め新たな価値を創造する、まさにビジネス全体を考えることであり、その専門家集団が株式会社GK(ジイケイ)京都です。同社の強みと、ものづくり企業が初めてデザインを活用する際のポイントや具体的な事例について、代表取締役社長 榎本信之 氏、チーフデザイナー 横山愛子 氏にお話を伺いました。

GK京都について

GKグループは、1952(昭和27)年に、東京藝術大学の小池岩太郎教授の指導を受けた学生が母体となり、「Group of Koike」として東京で発足したことに始まります。1970(昭和45)年の日本万国博覧会(大阪万博)の案内表示やベンチ、照明などのデザインを手がけたのを契機とし、その後京都で開かれた世界インダストリアルデザイン会議の準備室がベースとなり1972(昭和47)年に設立したのがGK京都(当時 京都デザインセンター)です。

東京を中心にGKグループが成長し、プロダクトデザイン、グラフィックデザインといった各領域がそれぞれ専門性を高め分社化していく中、GK京都は当初から複数の領域に携わっていました。

社会や経済の高度化、複雑化につれ、例えば新商品を作る場合に顧客の課題がパッケージなのか、店舗デザインなのか、それとも広報の仕方なのかといったように、どの領域に関わるのかが即座に分からないケースが出てくるようになりました。そこで、各領域が同居する総合性を持つ当社は、2000(平成12)年頃よりデザインマネジメントという考えの下で、領域を越えて顧客のデザイン課題に応えるという業務を進めてきました。それが現在の当社の強みになっていると考えています。



中小企業がデザイン会社を活用する際に

当社の領域にとらわれないデザインマネジメントは、中小企業にこそ効果を発すると考えています。一般的にクライアントはデザイン事務所に企画や造形の部分のみを依頼し、業務推進は社内です

考えられている場合が多いのですが、この業務推進にこそプロジェクトの成否がかかっています。当社では、デザインをマネジメントするためにクライアントとタッグを組んだチームを結成し、目標を明確にし、プロセス策定や管理を共有していきます。ものづくり企業では経営者がデザインの専門家ではない場合が多いので、経営者の背中を押すようなサポートもしています。

また、クライアントといかに長くお付き合いしていくかという点も大切にしています。小さなプロジェクトからスタートし、経営者の哲学、進みたい方向性を共有、我々のこともよく理解していただき、お互いに一定の達成感を得、次のプロジェクトを始める。そういった積み重ねがデザインの質を高め、会社のイメージも上がり、結果的には時間やコストの効率化にもつながるのだと思います。

まずは経営者がデザインには価値があると認識されていること、そしてある程度の投資が必要であると覚悟されていること。この二つがデザイン活用の成功に不可欠で、いきなり多額の投資は難しい場合であっても、小さなプロジェクトからスタートすることで解決していくことができると考えています。

京都にあるデザイン事務所として

京都には顕在化した魅力と潜在的な魅力があると考えています。社会のグローバル化に伴い自分たちのルーツを認識していく必要が出てきた現在、京都には日本の価値が詰まっており、海外からも高く評価されています。これが顕在化している魅力です。古くからの文化を大切にする一方、昔から都であったことから新しいものにも好奇心を持つ一面もあります。その京都での日々の暮らしを通じて、町衆マインドに刷り込まれた生活の豊かさが潜在的な魅力であり、それは47年間、京都でデザイン事務所をやってきた当社の感性に活かされていると感じています。

その京都が、暮らしても訪れても楽しい街であるためにデザインの部分で貢献できれば、という思いから、御池通の整備や市営地下鉄のプロジェクト、バス停など公共デザインにも積極的に関わるようにしています。

これから

2015(平成27)年頃からはクリエイティブ・ハブという機能を持つようになりました。これは、多様なデザイン開発の経験と実績をもとに、ものづくりに必要なネットワークづくりやコラボレーション開発のファシリテーションなどの役割を併せ持つものです。このような当社の活動が、社会的にデザインの価値が認知される一つのきっかけになればうれしいです。

やすり技術を転用して生まれたヒット商品「ねこじゃすり」

きっかけ

やすりの全国シェア95%を誇る広島県仁方で120年以上続く株式会社ワタオカは、工具としてのやすりの需要が減り職人の減少によって技術の継承が難しくなる中、やすりの技術を転用した新たな商品と販路を模索されていました。

野菜用の樹脂製やすりの開発を手がけるもなかなか思うようにならない中、ふと飼いネコにブラシとして試してみると、気持ち良さそ



第1デザイン部
チーフデザイナー 横山 愛子 氏

うな反応が返ってきたことから、「もしかするとネコ用ブラシとして使えるかも」と思いつかれたのがきっかけでした。もともと商品パンフレットや爪やすりの開発を広島にあるグループ会社であるGKデザイン総研広島が手がけており、そこにいたスタッフが当社に異動となったことが縁でお付き合いが始まりました。

ねこじゃすり

ねこじゃすりは、やすりの技術を活かして作られたAES (Acrylonitrile Ethylene Styrene) 樹脂製のネコ用グルーミンググッズです。その特殊な櫛歯が、まるで猫の舌で舐めているような肌触りで、猫同士がグルーミングし合うような感覚でもネコも共に楽しめるコミュニケーションブラシとなっています。



ワタオカさんは当社に、飼いネコに樹脂やすりを試している動画と3Dプリンタで製作された試作品を持参されました。私たちはワタオカさんの熱意、人となり、この幸せそうなネコの動画のインパクトに、「人とネコとの幸せな時間を提供するこの新しい道具をぜひ一緒に開発したい。」という思いに突き動かされました。こうして当社は、このネコ用樹脂やすりの、「どうも暮らしをしている人」に「何」を提供するのかといったコンセプトから、プロダクトデザイン、パッケージ、キャッチコピー、広報ツール、そしてSNSの発信や販路のアドバイスまで、総合的にデザインマネジメントをしていくという形で携わりました。

試作からプロモーションの工夫まで

この商品は一見単純に見えますが、高い技術力とアイデアの詰まった、プロの目から見ても高度なソリューションを駆使しています。当初ワタオカさんは金型設計から製作までを地元のネットワー

クの中で模索されましたが、このやすり面を成形することがとても難しかったようです。そこで当社が他の精密製品のデザインの際に付き合いのあった企業を通じ、優れたノウハウを持っている所を紹介し、実現することができました。これも当社の強みの一つです。



数々の試作品

企業がデザインの持つ価値を理解されても、中小企業ではすぐに多額の費用を負担するのは難しい場合が多いと思うのですが、今回当社はワタオカさんと相談の上、ロイヤリティ方式の契約を結びました。それによってワタオカさんの初期投資を抑えることができ、当社は運命共同体として、商品の魅力がより多くのお客様に伝わるよう、商品の販売後も継続的にサポートすることができます。

開発にはクラウドファンディングも取り入れ、そこで使用するプロモーションムービーの製作にも携わりました。クラウドファンディングは初期費用である金型代を工面しようということもありますが、人の目につきやすくなりメディアから採り上げられるなどプロモーションとしての効果を発揮しました。最終的にはファンド目標金額の943%を達成することになりました。

こうして1万本売れたらヒット商品と言われる雑貨の世界で予想を超えるヒットとなり、ワタオカさん、私たち共に喜んでます。こうした継続的なサポートは場合によってデザイン会社にとって負担となる側面もありますが、今回ワタオカさんとの信頼関係の中で綿密なコミュニケーションをとりながら進めていったことにより双方にとって良い結果となりました。



Company Data

株式会社ジイケイ京都

- 代表者/代表取締役社長 榎本 信之
- 所在地/〒602-0898 京都市上京区相国寺東門前町657
- 電話番号/075-211-2277 ●ファクシミリ/075-231-1047
- 設立/1972年 ●資本金/3,000万円
- 従業員/35人
- 事業内容/プロダクト、グラフィック、インテリア、建築、環境などのデザインに関する設計及び監理、調査、研究
・各種産業の商品やサービス開発にかかわる計画、調査、研究、デザインマネジメント