

## 2.2 地場産品についてのデザインイメージマップ作成及び、 形態・構造・要素分類の調査研究（第1報）

高野あや\*、宮崎 徹\*

### 1. 目 的

本研究は、5ヶ年計画で実施するもので、本年度が初年度である。

地場で生産される商品について、項目を設定後、データ化し、各企業の持つ商品のイメージを、マップ化しようとするもので、今後の製品開発の方向や指導の指針とすることを目的に実施した。

### 2. 方 法

研究に着手するにあたり、基本データを入力する項目設定を行った。（表-1）

サンプルデータとして、家具業界より、カタログをもつA社に協力してもらい、入力項目を設定した。

データ入力後、検索、分析した。

### 3. 結 果

サンプルとなったA社の総データ件数は、318

件で、そのうち椅子のデータは127件、机のデータは150件、その他のデータは41件であった。

A社の総合的な、方向性や位置づけは、全商品の分析結果終了後に述べるとして、ここでは、椅子にみられた商品に対する印象のみを述べることにする。

個々の商品形態や、商品のイメージ、タイプを抜きにすれば、全体的に、高級志向、本物志向をターゲットにしているように思われた。

同じ商品でも、張り地によって価格が違い、素材重視で作られ、良いものであれば、また、本物であれば、高くても売れる時代を反映させた商品が多かった。

### 4. 考 察

現在入力中の項目を、分析するにあたっては、不備な点もあり、次年度に修正を加え、よりよいものとし、分析を続けたいと考える。

家具名簿 901

No	会社	品名		品名タイプ	
コード番号		商品種類		用途	タイプ
W	×D	×H	×SH		
主材	1	2			
天板	1	2			
肘掛け					
張り地	A	B		A B	{ A B } タック スプリング
クッション					
脚部					
A					
B					
全体	木	張	他		
塗装材			広告		印象
その他					
価格 A		価格 B			備考

\*デザイン研究室