

## 竹産地ブランド形成研究

吉岡 誠司・坂本 晃  
別府産業工芸試験所

### Study on Building up Brand-Image for Locality of Bamboo

Seiji YOSIOKA・Akira SAKAMOTO  
Beppu Industrial Art Research Division

#### 要旨

大分県を全国一の竹産地として名実ともに高めていくためには、デザインの高度化が大きな課題となっている。この研究ではコンピュータなどの先端技術を導入して竹製品開発プロセスをマニュアル化し、さらにそのマニュアルを活用した具体的なデザイン提案活動を平成6年度から7年度の2カ年で行った。

平成6年度は、特に竹製品開発において必要となる各種製品開発プロセスのマニュアル化を進め、コンピュータを使用した形態シミュレーション、テクスチャシミュレーションについてのデータを蓄積した。そしてそれらのデータから事例を試行した結果、コンピュータを導入することによって多様な竹製品開発におけるデザインワークが効率的に行えることが確認された。

#### 1. はじめに

本県別府市周辺地域は、多種多様な竹製品関連企業が集積する全国有数の産地であり、製品は「別府竹細工」として伝統的工芸品の指定を受けている。しかし、別府ブランドとしての宣伝不足や複雑な流通販売形態等により、全国的には他産地ブランドに比べて認識されていないのが実状である。

近年、産地の生産者組合等において産地としての共通の基盤を持つブランド商品を開発しようとする動きがみられ、企業個別ブランドとは異なった効果を持つ産地ブランドの必要性が認識され始めている。産地ブランドの形成機運が関連企業間に高まっているこの時期に、産地の製品開発プロセスを見直し、製品の開発から販売戦略まで含めたデザイン提案活動を行うことは産地のブランド形成にとって効果的であると考えられる。

本研究ではコンピュータを導入した効率的な竹製品開発プロセスをマニュアル化することを目的としている。

開発の様々な段階においてコンピュータシステムを使用してその効果を確認し、得られた基礎的な利用技術データを蓄積・分類する事により、各種の製品開発の基本データとして活用する。2カ年の事業であり、初年度はマッピング技法を中心としたシミュレーション技術データの蓄積や開発工程の整理を行い、本年度は産地としてのトータルなイメージが持てるような周辺デザインを提案した。

#### 2. 研究内容

##### 2.1 竹製品のシミュレーション

初年度では、竹製品の開発を行ううえでパーソナルコンピュータを活用した場合は、特にアイデア確認で多くのシミュレーションが即座に展開できることからその優位性が確認された。今回、主に活用したCGソフトウェアでのモデリング機能は、回転体や掃引体で制作したワイヤーフレームの形態に表面材質として編組パターンをマッピングする方法で、レンダリングモードにより視野、視点、光源等を設定して計算させる。(Fig.1)

しかし、最終的にプレゼンテーションとして表現する場合や高品質なマッピングに用いる表面材質を製作するには他の数種のソフトウェアを活用しなければならない。特に表面材質の製作には、かなりの時間と多様な編集作業がかかるため各種のファイル形式をサポートできるドロー系と製作後の数多くのデータを登録や検索ができる管理ソフトウェアが不可欠になってくる。

##### 2.2 竹製品のイメージ展開

イメージ展開として有効な方法にCIが上げられるが、今回は、パーソナルコンピュータを活用して視覚的表現として分かりやすいロゴマークの使用パターンについて展開することとした。ロゴマークの基本作業は、各種エレメントの編集作業ができるPostScript対応のソフトウェアを用いたが、描き文字やイラストデータの取り込み、複数のデータコンバータという点で画像レタッチ用

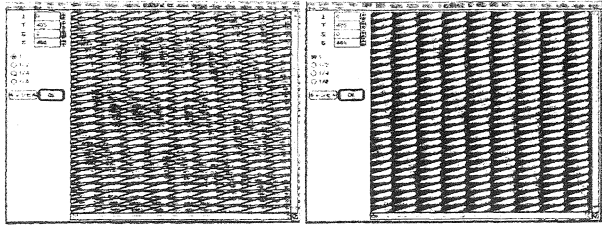


Fig.1 編組パターン

のソフトウェアも使用した。

基本となるタイプフェイス（平成明朝体 ラインアウト変換線幅1.0 右肩上がり斜体60度）と「竹」の描き文字（PICT）を組み合わせるロゴマークを制作した。

さらに、竹細工で基本編組のひとつに上げられる「網代編み」をデフォルメした形状を取り入れ、シンボルカラーを2色設定し、それぞれDIC（カラーチャート）で214番，CMY（90%、40%、80%），同207番，CMY（10%、30%、80%）とした。（Fig.2）

これらの基本要素（ベーシックエレメント）は、トータル的に展開する上で根幹となる最も重要なもので、エレメントごとの組み合わせや使用基準、管理マニュアルとして明確にする必要がある。

応用デザインは、統一したイメージづくりを図るため商品に関連したアイテムを基本デザインに基づいて、統合的に展開していくものであり、各種アイテムが計画的に制作されると視覚的累積効果が高まりイメージが形成される。（Fig.3）

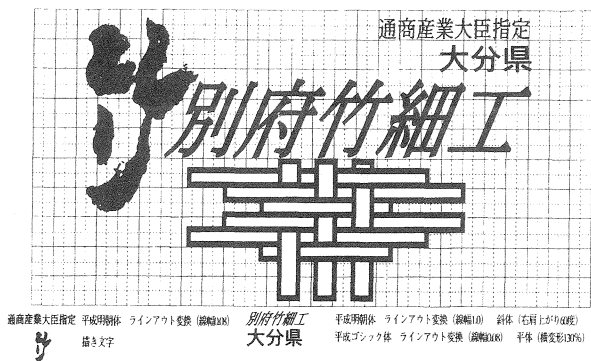


Fig.2 ロゴマーク

### 3. 考察

工芸産業における製品開発も他の工業製品と同じような工程で展開されることが望ましい。工芸品の製品開発をマニュアル化し、項目ごとに確実に展開する事は製品の持つ特徴が明確になり、イメージ統一が行いやすくなるとともに複数の製品を開発するうえでの効率や事後の

再現性が正確になる。本事業では、竹製品に限ってマニュアル化を試みた。特に、竹製品は回転体など左右対称の形状や幾何学的な編組パターンが数多くあるためにシェーディングやマッピングなど他の工芸品と比較してコンピュータの機能を十分に活用できる。

パーソナルコンピュータをデザイン開発用のツールとして活用するケースは産業工芸の分野でも確実に増えてきている。それは、コンピュータのシステムが低価格化され、しかもモデリングやプレゼンテーションなど一貫した作業が効率よく行えるからである。すでにパーソナルコンピュータ導入の動機が今までの経営管理や顧客管理からデザイン開発やインターネットを考慮した販売促進の機器として取り組んでいる地場企業もある。

しかし、DTPや動画を念頭においたシステムを構築するデザインや印刷業あるいは仮想体感を推進するインテリアデザイン業とのハード面での互換やイニシアチブの問題がでてきているが、まず同業種間で汎用性の高いソフトを用い、データのやりとりや安定性、普及率を考慮した記憶媒体の導入など業態に適したシステムを組む必要がある。

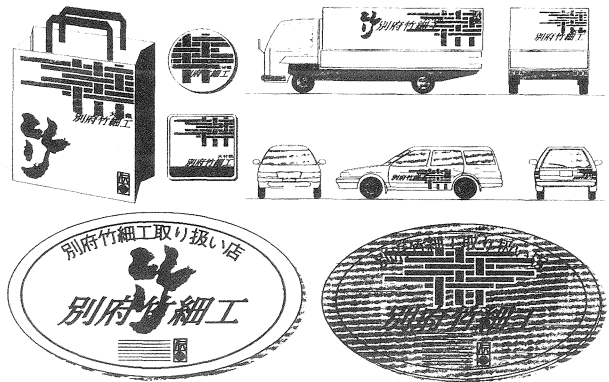


Fig.3 ロゴマークの輸送車等への展開

### 4. おわりに

製品開発の方法論や産地に適合した開発事例を示す事は、今後のデザインや技術面での指針となり、産地が統一したブランドイメージを形成するための支援となる。しかし、産地や企業CIさらにパーソナルコンピュータの導入はそれぞれ企業の規模や経営に格差があるためその認識や対応において違いがある。

産地のブランド戦略の第一歩としては、今回のように視覚的表現が前面にしやすいが、基本は産地独自の技法を創出していくことと文化や風土など固有の条件をどのように製品に付加させるかということになり、産業界が長期的展望を持つことが不可欠である。