

北海道の価値資源をデザインします

ひよこデザインプロジェクト

2011年



地域の人たちの情熱を若手デザイナーが形に！



ときいるジャムラベル



ハビネスビール



十勝ラスク



八列とうきび茶



ふたの花子さん



あま肌

ひよこデザインプロジェクトとは

地域と共に向上する若手デザイナーの育成

「ひよこデザインプロジェクト」は、NPO あうるずが若手デザイナーと地場のマッチングを行うことを目的に帯広市から受託している事業です。NPO あうるずでは「十勝」という農産物主体の地域で、共通で使えるデザイン集団の形成を目指しています。地域の魅力を発信していくため「デザイン」という力を必要とする方達のご協力させて頂いています。

デザインで、地域の価値を掘り起こす

十勝のものは品質が高いものが多いですが、地域の人でも着目していない、いいものでもあっても売れないなど、埋もれてしまっているものへ光を当てるためには、魅力を引き出して付加価値が現れるデザインを行う事が必要になると考えます。十勝の地域ブランド作りのため1つ1つの魅力を発信し、地域全体の向上を図り、様々な取り組みを行っています。

ワークショップで、地域全体で成長し続ける学びと交流

デザインというものについての理解や関係性などを、地域の皆さまと共にデザインの意味を深く学ぶため、第一線で活躍されているトップデザイナーや美術大学の教授をお招きし、一般参加を行えるデザインセミナーを開催しています。ひよこデザインの成長とデザインを行う事に興味を持って頂いた方との交流を目的に行っております。



【依頼できるデザインの内容】
パッケージ、ロゴマーク、パンフレット、
キャラクター、ホームページ制作
ブランディング、ワークショップ

デザイン各種
※金額については内容により、検討。

農産物ブランド化事例

『アスパラガスパッケージ』

依頼者
竹中農場

商品概要（こだわり）

竹中農場で栽培されたアスパラガスは土づくりにこだわり、有機物の堆肥をふんだんに使用し、栽培土壌の微量元素バランスに気がついた、健康な農産物づくり。不耕起による土壌を耕さない事で地力を損なわず、自然な栽培方法を行い、見た目、味ともにしっかりとした野菜の栽培を行っています。



背景

十勝地域の農産物の多くは既製品のデザインと同じような箱に詰められてしまい他と差別化することが出来ません。デザインにより、竹中農場を他と違ったこだわり、地域の背景を理解し、より魅力的な農産物と示さねばなりません。そのような観点を含め、ネットを使い、本州地域に発送する場合、個食化の時代を背景にサイズなどの検討を行う必要がありました。

【既製品のもの】
デザイン種類がなく、差別化されず、大きさについても検討されていない。



【デザインの効果】
都心部を考え、十勝の農家らしさをデザインし、500gの販売を検討した。



目的

竹中農場の農作物を差別化できるようデザインし、ネット販売に対応したより市場性の高いデザインとし、地域農産物の十勝帯広の商品をブランドとして定着させ、十勝・帯広の地域イメージをより特徴づけることが出来るようなデザインとなるよう商品の梱包材などに十勝帯広らしいデザインを活用しました。

取り組み（作業フロー）



ヒヤリング

農業者のこだわりを聞き取りとなる部分を見つける。



デザイン作成

ヒヤリングの内容を元にパッケージのサイズ検討や市場にあったデザインの検討。



販売支援

パナーの作成、ホームページの講習の開催

成果 新しいデザインの依頼

デザインにより十勝の農家のネット販売の促進に貢献。他の商品のデザインもひよこデザインで新たなデザインを提案しました。



その他の農産物商品



多種じゃがいも販売

じゃがいもにはそれぞれに特化した流通していない種類のものがあり、その販売を行った。

こいもプロジェクト

取引外のサイズのじゃがいもを使いブランド化を行った。



地場産加工品ブランド化事例

『十勝ラスクパッケージ』

依頼者
(株) 満寿屋商店

商品概要（こだわり）

十勝は日本一の小麦の生産地であり、国内産小麦のおよそ4分の1を産出します。ますやパンは、十勝産小麦100%のパンづくりを目指しています。日本一の小麦の生産地だからこそ、日本一美味しいパンを食べてもらいたい、という思いがありました。



背景

日本のパンの99%は輸入小麦でつくられています、輸入小麦がなくなると日本でパンが食べられなくなります。しかし、輸入小麦の品質を土台にして、日本のパン業界は急成長したため、加工業（パン屋）には国産小麦の製パン技術が未開拓、材料、機械、技術も輸入小麦のパンづくりを土台とし、国産小麦の味・香りを引き出す技術が確立されていません。

パン用小麦の99%は輸入小麦

国産パン用小麦わずか1%



目的

ますやパンは、十勝産パン用小麦で安全でおいしいパンをつくり、多くのお客様に食べていただきたい。十勝の地元民が楽しむ地産地消の推進から、都会人を魅了する十勝ブランドが形成されていくと考え、賞味期限の長いラスクの商品開発に至りました。

取り組み（作業フロー）



客層調査

客層を調査し、お店のターゲットについて調査した。



商品提案・開発

食べ方など形状から提案し、認知しやすいネーミングについて検討した。



メディア掲載

商品開発をメディア掲載し、販売へのアピールの実施。

成果 メディア掲載

製品のデザインの経過や首都圏による、サンプルの販売調査、ひよここととしての作品事例として各メディア掲載、商品としては日経MJなどメディアへの掲載を行いました。



その他の加工品商品

ジャムラベル

果樹園農家の多種類のジャムラベルのデザイン
ビールラベル

結婚式用のビールのラベルの作成を行いました。



ソーシャルファーム事例

『下川町やなぎペン』

依頼者
山びこ学園
商品概要



当施設「山びこ学園」では昭和61年4月の開園から「共に学び・共に感じ・共に育ち合う（共に生きる）」を基本姿勢に、安全で安心な生活を提供できるよう取り組みを行っています。四季を通じて農産物の生産・販売、ヤナギの枝を原料としたボールペンの製造を行っています。



背景

ソーシャルファームとは、障害者や労働市場で不利な立場にある人が働ける場所、作られたものが正当な価値のあるものとして市場に売られる仕組みをつくり、支援付き雇用の機会を提供する社会的な目的をもったビジネスです。

【現状の製品】

デザインの要素が少なく特異性が弱いため市場性が薄く単価もあげることが出来ない



【ブランド化の効果】

デザインすることで、他の商品との差別化が生まれ、デザインにより、販路を検討できる。



目的

全国各地で障害者と一緒に様々なものを生産する現場の共通の悩みとして生産はしても、市場にでなければいけません。市場で売れるためには魅力的でなくてはなりません。売なければ、取り組みの効果も半減してしまいます。どうやって市場に認知してもらうかということです。売れていくことにより活動が社会的に広まり、障害者への経済効果も拡大できます。市場にどうやって出していくかを、ブランド化して展開をしていきました。

取り組み（作業フロー）



デザイン制作

市場性を持たせるためのデザインを検討



授産施設にて制作

授産施設にてやなぎペンの製作や袋づくり作業



販売支援

イベントなどでのノベルティでの活用

成果 イベント利用

バイオマスライブinおこっぺ夏祭りでは環境問題関連として使用されイベント用のノベルティデザインとなりました。



その他のソーシャル商品



八列とうきび茶

現在のとうきびの原種である八列とうきびでお茶を作り、袋詰めなどは授産施設で行われている。

ふたの花子さん

ランチョエルバソとぶどうの木のコラボ商品、クッキーにはふたのコラーゲンが含まれている



他地域デザイン事例

『あま肌化粧品』

依頼者
アマミファッション研究所
商品概要



「あま肌」には奄美地方でのみ製造される黒糖焼酎の製造過程でできる貴重な「もろみ」から抽出した「黒糖もろみエキス」が使われ、保湿効果が高く、抗酸化力で製品の酸化を防ぎます。産学官共同研究において開発し、アレルギーテストにより低刺激であることが確認され、子供と頬ずりできる化粧品を目指しました。



背景

奄美の特産品である「黒糖焼酎」は、平成15年頃からの焼酎ブームによる市場拡大によって生産量が3倍となり、製造時に排出される黒糖焼酎の粕の処理が、地域の環境汚染問題として注目され、その問題解決のため、奄美の産官学が集まって結成された組織に株式会社アマミファッション研究所も参加し、その過程で鹿児島大学などの研究の結果、化粧品への活用が見られ、あま肌化粧品の開発へ至りました。



目的

化粧品である「あま肌」は産学官の連携を行い、地域の問題を解決する新しい商品を開発することを考慮し製造されました。目的は、奄美大島特産である、黒糖焼酎の製造過程で出る、もろみが奄美大島で処理できる量をオーバーしており、現在廃棄されていたもろみを利用し、商品を開発しました。

取り組み（作業フロー）



モニター調査

九州の主婦層へのモニター調査を行い、製品の優位性の調査



デザイン作成

よりよいデザインとするためアドバイザーの助言をいただきました。



展示会への出品

本州地域でのイベントや地元地域での展示会

成果 九州の環境活用事例掲載

経済産業省の委託運営している、K-RIPの「九州地域環境ビジネスネットワーク活用事例」として紹介されました。



その他の他地域事例



十勝フェア（グリーンスポット）

東京の代々木の「グリーンスポット」にて、十勝地域の情報の発信や製品に関するアンケート調査などを行う拠点として、毎年「十勝フェア」を開催。



地域振興事例

『帯広コスプレ珍道中!』

主催者 NPOあうるず

イベント概要

帯広の広小路にて行われる第63回帯広平原まつりのイベントにて、コスプレを行おうと企画したものです。コスプレのイベント参加者用と一般参加者のスタンプラリーを行いました。



背景と目的

現在では、コスプレ愛好者は約12万人と言われ、既製品の衣装が販売され、一部の趣味であったコスプレも、町おこしの一つとして、夕張市、洞爺湖などまちを巻き込んだ大型イベントも行われています。ひよこデザインは 若者の「まつり離れ」が進んでいることもあり、イベントを計画、コンベンション協会の支援もあり、地域の活性化に貢献し、若い人が「まちづくり」に興味を持つきっかけづくりを行った。

取り組み



スタンプと用紙



スタッフ証



イベントスタッフと参加者

『とかちむら』

依頼者

とかちむら・街制作室

製作概要

十勝の魅力を発信する新しい拠点複合施設「とかちむら」は、ばんえい競馬場内に小さな家や小屋が立ち並ぶ、集落のような開放的空間を造りだしています。コンセプトは「帯広・十勝の魅力を発信する拠点づくり」・「ばん馬の魅力を広める拠点づくり」を目指しています。



取り組み

とかちむら内の11店中7店のロゴマーク作成を行いました。



ピザラバンバ



満我菜亭

フルールド
やまざきパール
ジラソーレ

なべたともえ

地域ブランドデザイン研究機構

地域ブランドデザイン研究機構とは、さまざまな地域の魅力、それは風土であり歴史であり産物であり人々であり生活です。そんな隠された魅力をもっと社会に表出し、地域のイメージを焼き付けること、それが地域ブランドづくりです。私たちは観光資源の発掘や商品開発等を含めて地域力を向上するお手伝いをする組織です。



宮島 慎吾氏
[武蔵野美術大学/教授]
GP「EDS竹プロジェクト」・本別クレイマメプロジェクト・十勝COMUNI



野口 正治氏
[ノグチデザインスタジオ/代表] 東京都若手商人育成事業アドバイザー・源の「ますのすし」パッケージ



長澤 忠徳氏
[武蔵野美術大学/教授]
経済産業省・戦略的デザイン活用研究会委員・JDCAの発起人・国勢調査ロゴマーク



白井 要一氏
[有限会社シライデザイン/代表] プロダクトデザイナー「ニコカメラリュック」等グッドデザイン多数受賞



中田 哲夫氏
[NAC商品開発研究所/代表取締役] 株式会社無印良品計画のアドバイザー、商品企画に携わる。



児島 学敏氏
[武蔵野美術大学造形学/非常勤講師] 日本建築家協会会員・文理シナジー学会理事・基礎デザイン学会理事

ブランド化ワークショップ事例

『本別町 本別町新商品開発推進調査委託業務』

町の地域資源、特に本町の特徴でもある乳製品、小麦、豆類を活用した新たなブランド化の形成に向け、そのための担い手となる人材育成事業等を実施し、多く農業者、事業者、の参加により、今後の商品開発に向けて資源調達、加工等の体制づくりの方向や市場性を踏まえた商品アイテムの設定の考え方等が明確となるなど、商品化に向け大きく前進しました。



取り組み

デザインライブワークショップは、農業者、加工事業者、ユーザー、有識者、デザイナーなどがチームをつくり論議しながら、ブランド形成をすすめる手法です。

講師陣より考え方の
セミナーを開催農業者や事業者をふりわけ
チームを作り、商品検討デザイナーによる
商品イメージの作成

『中頓別町 中頓別町緑の分権改革調査委託業務』

町の資源の多くはそのほとんどが利用されていない状況です。起業意欲向上のために町の資源をあつめ、町おこしイメージを進め、町の資源をあつめて事業化した場合の「なかとんべつカタログ」をワークショップにより制作しました。



取り組み

- ・一年楽しむ中頓別、中頓別カレンダー
- ・季節で変わる中頓別町グルメ
- ・豊かな自然が生んだ特産品
- ・健康になれる森林療法ツアー



ちびとん商品のパッケージの提案



季節ごとの観光資源のチャート